3 1761 11650285 7


Digitized by the Internet Archive
in 2023 with funding from
University of Toronto

https://archive.org/details/31761116502857

CA1
XC68
-C13

Government
Publications

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 32

Tuesday, October 18 1994

Chairperson: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 32

Le mardi 18 octobre 1994

Président: John Godfrey

9

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of the Canadian Broadcasting Corporation

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la Société Radio–Canada

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

LIBRARY
NOV 18 1994
University of Toronto

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chairperson: John Godfrey

Vice–Chairs: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Associate Members

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidents: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakvillle—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Membres associés

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

TUESDAY, OCTOBER 18, 1994
(39)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 9:09 o'clock a.m. this day, in Room 269, West Block, the Chair, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Jan Brown, John Cannis, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Acting Members present: Maria Minna for Albina Guarnieri; Gary Pillitteri for Bonnie Brown.

Associate Member present: Simon de Jong.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: From the National Film Board of Canada: Joan Pennefather, Government Film Commissioner and Chairperson; Claude Bonin, Director General, French Program; Barbara Janes, Director General, English Program; Laurie Jones, Director of Communications and Distribution Services. *From the Canadian Association of Film Distributors and Exporters:* Dan Johnson, Executive Director; Carole Boudreau, Executive Secretary.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee resumed its study of the Canadian Broadcasting Corporation (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Thursday, September 22, 1994, Issue No. 26*).

Joan Pennefather made a statement, and with the other witnesses from the National Film Board of Canada, answered questions.

At 10:12 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 10:18 o'clock a.m., the sitting resumed.

Dan Johnson and Carole Boudreau from the Canadian Association of Film Distributors and Exporters, each made a statement, and answered questions.

At 10:59 o'clock a.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE MARDI 18 OCTOBRE 1994
(39)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 9 h 09, dans la salle 269 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Jan Brown, John Cannis, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Membres suppléants présents: Maria Minna remplace Albina Guarnieri; Gary Pillitteri remplace Bonnie Brown.

Membre associé présent: Simon de Jong.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: De l'Office national du film du Canada: Joan Pennefather, commissaire du gouvernement à la cinématographie et présidente; Claude Bonin, directeur général, Programme français; Barbara Janes, directrice générale, Programme anglais; Laurie Jones, directrice, Communications et services de distribution. *De l'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films:* Dan Johnson, directeur général; Carole Boudreau, secrétaire exécutive.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité poursuit son étude de la Société Radio–Canada (*voir les Procès–verbaux et témoignages du jeudi 22 septembre 1994, fascicule nº 26*).

Joan Pennefather fait un exposé puis, avec les autres témoins de l'Office national du film, répond aux questions.

À 10 h 12, la séance est suspendue.

À 10 h 18, la séance reprend.

Dan Johnston et Carole Boudreau, de l'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films, font chacun un exposé et répondent aux questions.

À 10 h 59, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Tuesday, October 18, 1994

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le mardi 18 octobre 1994

• 0908

The Chairman: Welcome back after the break, ladies and gentlemen,

bienvenue tout le monde.

We have two sets of witnesses today, the National Film Board followed by the Canadian Association of Film Distributors and Exporters.

We welcome you back, Joan Pennefather, film commissioner for Canada. We had a most interesting time in our pre–study of the current work we're doing on the CBC, when you came and told us how one institution, your own, was adjusting to the electronic highway and all of the digitalization and things that fall out from that. I'd invite you to address us as to how all of this relates, perhaps, to your relationship with the CBC in the future.

Ms Joan Pennefather (Government Film Commissioner and Chairperson, National Film Board of Canada): Thank you, Mr. Chairman.

Good morning. I want to thank the chair and committee members for offering the National Film Board of Canada this opportunity to contribute to your deliberations on the future role of CBC and Radio–Canada.

I have with me today the following Film Board directors: Barbara Janes, director general, French program; Claude Bonin, director general, French program; and Laurie Jones, director of communications and distribution services. They will assist me in answering your questions.

• 0910

There are a number of public broadcasting issues we could explore to support the challenging task that lies before you. We have focused on the critical role of the public sector in the communications environment, its complementarity to the private sector and the shared goals yet separate roles of the NFB as Canada's public producer and CBC and Radio–Canada as a national public broadcaster.

Dix ans séparent la création de la Société Radio–Canada/CBC et celle de l'ONF, mais ces deux organismes partagent un même but et une même histoire. Souvent, au fil des ans, ils ont fait face aux mêmes défis.

Tous deux ont vu le jour à une époque empreinte d'optimisme et d'enthousiasme pour les institutions publiques. John Grierson, le père de l'ONF, et Graham Spry, un important défenseur de la Société Radio–Canada, partageaient une même vision: celle de s'assurer que les Canadiens et les Canadiennes puissent, grâce à ces institutions, voir et entendre leurs histoires, leurs luttes, leurs succès et leurs échecs.

Le président: Bienvenue à vous tous, mesdames et messieurs.

welcome to you all.

Nous accueillons aujourd'hui deux groupes de témoins: l'Office national du film du Canada et l'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de film.

Nous vous souhaitons la bienvenue de nouveau, Joan Pennefather, commissaire du gouvernement à la cinématographie. Pendant l'étude préparatoire à nos travaux actuels sur la Société Radio–Canada, nous avons eu l'occasion d'entendre votre témoignage très intéressant dans le cadre duquel vous nous avez expliqué comment l'Office national du film s'adapte à l'émergence de l'autoroute électronique, à la numéralisation et tout ce qui en découle. Je vous invite aujourd'hui à nous faire part des effets de ces progrès technologiques sur votre relation future avec la Société Radio–Canada.

Mme Joan Pennefather (commissaire du gouvernement à la cinématographie et présidente, Office national du film du Canada): Merci monsieur le président.

Bonjour. J'aimerais vous remercier, monsieur le président et mesdames et messieurs les membres du Comité, de donner à l'Office national du film du Canada l'occasion de participer à vos délibérations sur le futur rôle de la SRC/CBC.

Je suis accompagnée aujourd'hui de Barbara Janes, directrice générale du programme anglais, de Claude Bonin, directeur général du programme français, et de Laurie Jones, directrice des communications et services de distribution qui m'aideront à répondre à vos questions.

Une foule de sujets reliés à la télédiffusion pourraient être abordés pour appuyer la tâche ambitieuse qui vous attend. Nous avons opté pour les suivants: le rôle primordial du secteur public dans le monde des communications, sa complémentarité avec le secteur privé et les buts partagés, pourtant distincts, de l'ONF en tant que producteur public du Canada et de la SRC/CBC en tant que télédiffuseur public national.

The CBC/Radio–Canada and NFB were conceived a decade apart, but they have shared a purpose and an intimate history. Often, over the years, they have met the same challenges and challengers.

Both were born into an era of optimism and enthusiasm for public institutions. John Grierson, father of the NFB, and Graham Spry, a leading advocate for the CBC/Radio–Canada, shared a vision. That was to ensure that Canadians could see and hear their stories and struggles, successes and failures.

[*Texte*]

Les rejetons de ces visionnaires — la Société Radio-Canada/CBC en 1929 et, 10 ans plus tard, l'ONF — ont reçu des objectifs qui différaient du mandat particulier du secteur indépendant. Leurs mandats distincts poursuivaient le même rêve. Leurs réalisations ont été complémentaires. Et tous deux sont acclamés et imités dans le monde entier.

Today, a multi-channel universe, shrinking audiences, increased costs, multi-media and competition for production and advertising dollars snap at the heels of the public and private sectors alike. However, both in principle and in reality, public players must cut a distinctive and indispensable swath from their private sector colleagues. This evolving and vital role must be encouraged and fostered, if only by providing a stable and just funding and policy environment.

As the chairman kindly mentioned, this is our second chance in several months to discuss with you issues of critical concern. During your pre-study on the information highway, we highlighted how the NFB is reaching out to Canadians through new media. For instance, to ensure that publicly funded programs are not road kill on that infobahn, we are working with Stentor to test video on demand, have created a cutting edge cinerobotheque, which provides a virtual video on demand for consultation purposes. We are working on digitizing our 9,000 titles. Soon they may be available to Canadians at the flick of a switch.

De façon plus générale, l'ONF est le premier producteur culturel au pays. Nous avons le mandat de produire et de distribuer des films dans l'intérêt du public canadien, de refléter la dualité linguistique, la pluralité culturelle et la complexité globale du Canada, et de faire connaître le Canada aux Canadiens et aux Canadiennes, et au monde entier.

Nous recevons 80 millions de dollars annuellement du gouvernement, auxquels nous ajoutons un revenu de 10 millions de dollars provenant de la vente de vidéocassettes aux écoles, aux bibliothèques et aux institutions, et de la distribution aux télédiffuseurs au Canada et dans le monde. La majorité des gens qui regardent nos films le font par l'entremise de la télévision.

Nous sommes présents partout au Canada. À partir de nos studios de Montréal ou de l'un ou l'autre de nos six centres de production à travers le Canada, nous produisons chaque année près de 100 films originaux qui suscitent la réflexion. Reconnus en particulier pour nos documentaires à grande portée sociale et nos films d'animation, nous avons des studios qui se consacrent essentiellement à la production de films documentaires, de films sur les femmes et par les femmes, de documents éducatifs multimédias, ainsi qu'un programme qui permet la production et encourage le développement de cinéastes autochtones.

• 0915

I could speak for hours, Mr. Chairman, on the accomplishments of the National Film Board, but I won't. Allow me to present a short list.

[*Traduction*]

The offspring of these visionaries — the CBC/Radio-Canada in 1929 and ten years later the National Film Board — were each given goals distinct from the singular, driving mandate of the private sector. They were separately mandated to carry out the same dream. They have complemented each other's achievements, and they are each praised — and imitated — around the world.

Aujourd'hui, l'univers multicanal, les cotes d'écoute qui diminuent, les coûts qui augmentent, les multimédias, la concurrence dans le domaine de la production et les revenus de publicité sont autant de facteurs qui entravent à la fois le travail des secteurs public et indépendant. Cependant, en théorie comme en pratique, les acteurs publics doivent ouvrir une voie indispensable et distincte de celle de leurs collègues du secteur indépendant. Ce rôle vital et évolutif doit encourager et favoriser, en fournissant une politique et un financement stables et équitables.

Comme l'a mentionné le président, c'est la deuxième occasion qui nous est donnée de discuter avec vous de préoccupations de première importance. Au cours de l'étude préparatoire à la mise sur pied de l'autoroute électronique, nous avons souligné la façon dont l'ONF rejoint les Canadiens et les Canadiennes grâce aux nouveaux médias. Par exemple, pour nous assurer que les programmes financés par les fonds publics ne sont pas éliminés en cours de route sur cette infobahn, nous effectuons avec la firme Stentor des tests en vidéo sur demande, et nous avons créé une cinérobothèque d'avant-garde qui offre les vidéos sur demande virtuelle à des fins de consultation et nous oeuvrons actuellement à la numérisation de n^{os} 9 000 titres afin que le public et les Canadiens y aient accès en appuyant simplement sur un bouton.

More generally, the NFB is the country's primary cultural film producer. We have a mandate to produce and distribute films in the Canadian public interest; to reflect the lingusitic duality, cultural plurality and general complexity of Canada, and to interpret Canada to Canadians and the world.

We receive $80 million annually from a parliamentray appropriation and succeed in earning 10 million back through video sales to schools, libraries and institutions, and distribution to broadcasters in Canada and throughout the world. The majority of people who watch our films do so on television.

We produce close to 100 original, thought-provoking films annually from our Montreal studio and from six centres across Canada. We're known particularly for our socially relevant documentaries and animated shorts, we have strongly independent documentary, women's, education and multimedia studios, and a program to both produce and encourage the development of aboriginal filmmakers.

Monsieur le président, je pourrais vous parler pendant des heures des réalisations de l'ONF, mais en voici plutôt une courte liste.

[*Text*]

The NFB has received thousands of awards, including nine Academy Awards and one very special Oscar for honorary achievement. The NFB produces 40% of all documentaries in Canada; distributes 30% of all Canadian non–theatrical audiovisual materials sold in Canada; engages independent film–makers for 70% of our productions; expends 40% of our annual operating budget in the private sector; and represents 27% of the stable employment in the film and television industry.

While creating jobs is not our primary mandate, the NFB has provided continuity in a highly transient and cyclical industry. Film–makers could not have made the strides they have without that stability.

Produisant dans l'intérêt national, l'ONF prévoit les tendances; prend des risques sur le plan de la création; fait avancer la cinématographie comme moyen d'expression artistique; assure la présence de documents canadiens à la télévision, dans les écoles, dans les bibliothèques, au travail et à la maison; forme et emploie de nouveaux cinéastes; s'assure que les femmes et les minorités visibles jouissent d'une représentation équitable à l'écran; reflète les valeurs des diverses réalités culturelles; et joue un important rôle d'archiviste. Un dernier point, mais non le moindre: l'ONF appuie de façon directe les initiatives gouvernementales en rapport avec les problèmes sociaux ou autres. Tout cela se fait dans une atmosphère d'incertitude partagée par les autres employeurs du secteur public.

Notre budget a subi une baisse annuelle d'environ 1,6 million de dollars au cours des quatre dernières années. Nous avons évidemment soumis au gouvernement, comme toutes les autres agences gouvernementales, pour la revue de ses programmes, les conséquences prévues d'une réduction importante au cours des quatre prochaines années.

En dépit de ces réalités, nous devons tous lutter pour conserver un milieu propice à l'épanouissement de la production canadienne. Le secteur public joue à cet égard un rôle primordial. C'est la raison de notre présence ici aujourd'hui.

As a public sector player, the NFB produces films that take risks and have a point of view that is sometimes a controversial one. It is precisely because of our public mandate that the NFB brings a distinctive quality to the films it produces. If revenue or commercial exploitation were our only goals, the films we make would not be produced. By assisting more risky productions or new film–makers, by offering broadcasters programming that they might not have produced but will, in the end, distribute, we encourage a wider range of programming and ideas to be made available to Canadians.

En résumé, en tant que producteur public, l'ONF assure la production et la distribution de films et de vidéos à portée culturelle et sociale, de grande qualité et typiquement canadiens, dans les deux langues officielles et partout au pays.

[*Translation*]

L'ONF a reçu des milliers de prix—dont neuf Academy Awards et un Oscar remis à titre honorifique. L'ONF produit 40 p. 100 de tous les documentaires au Canada. Il distribue 30 p. 100 de tout le matériel audiovisuel non destiné aux salles de cinéma vendu au Canada. Il embauche des cinéastes indépendants pour 70 p. 100 de ses productions. Il dépense 40 p. 100 de son budget d'opération annuel dans le secteur privé. Et il représente 27 p. 100 des emplois stables dans l'industrie du cinéma et de la télévision.

En effet, bien que la création d'emplois ne soit pas son premier mandat, l'ONF a assuré une continuité dans une industrie cyclique hautement éphémère. Les cinéastes n'auraient jamais fait autant de progrès sans cette stabilité.

Producing in the national interest, the NFB anticipates trends; takes creative risks; advances the art form; ensures the presence of Canadian programs on televison, in schools, in libraries, in the workplace and in the home; trains and employs new film–makers; ensures the equitable representation of women and visible minorities on the screen; reflects the distinct values of different cultural realities; and, last but not least, directly supports government initiatives on social and other issues as well as provides an archival role. All of this in an atmosphere of uncertainty shared by other public sector employers.

Our budget has decreased by about $1.6 million a year for the past four years. And as all other government programs and agencies, we have submitted to the government—for its program review process—the proposed effects of a further budget reduction for the next four years.

Not withstanding these realities, we must all strive to maintain an environment where Canadian production will flourish. The public sector is critical to that goal. And that's why we are here today.

En jouant son rôle de producteur public, l'ONF produit des films qui prennent des risques. Nos productions ont un point de vue—parfois même un point de vue controversé. C'est précisément grâce à son mandat de producteur public que l'ONF peut offrir au public canadien des films d'une telle qualité. Si les recettes ou l'exploitation commerciale étaient nos seuls objectifs, les films que nous produisons ne verraient jamais le jour. En participant à des productions plus ou moins risquées ou en aidant des cinéastes qui n'ont pas encore été mis à l'épreuve, en offrant aux diffuseurs une programmation qu'ils n'auraient probablement pas produite mais qu'en fin de compte ils vont distribuer, nous favorisons une plus grande diversité dans la programmation et dans les idées qui sont présentées au peuple canadien.

In short, as a public producer, the NFB ensures the production and distribution of high–quality, distinctly–Canadian, culturally–and socially–relevant films and video, in both official languages, and across the country.

[*Texte*]

Bien que sa mission découle d'une loi différente, la SRC/CBC a aussi pour mandat d'ouvrir de nouvelles voies. La SRC/CBC se doit de poursuivre son idéal comme service public dans un marché encombré, hasardeux et en constante évolution. Un seul mauvais pas et sa direction peut s'enfoncer dans des eaux glaciales.

Vous connaissez bien les impératifs économiques du système canadien de la télédiffusion. Acheter des émissions des Américains coûte trois fois moins cher que d'en produire au Canada et rapporte des revenus de publicité supérieurs de 66 p. 100, grâce à des mécanismes comme la diffusion simultanée.

You're also familiar with the CBC and Radio–Canada's legislated mandate. The NFB does not believe this mandate should be changed. The CBC and Radio–Canada, as Canada's public broadcaster, must be predominantly Canadian; reflect Canada and its regions; contribute to the flow and exchange of information in Canada's official languages; contribute to national consciousness and identity; be available throughout Canada; and reflect Canada's cultural diversity among all other things.

This mandate is indeed a challenge. The CBC and Radio–Canada's legacy is proof of what such a challenge can provide for Canadians. Canadians are linked. They have stories to share and something in common. They are not allowed to forget that there are reasons for being together and for settling or living with our differences.

[*Traduction*]

Although its mission flows from different legislation, the CBC/RC is also required to trail blaze. The CBC/RC must pursue public service ideal in a crowded, fast flowing, slippery market–place. A misplaced step and its management splashes into icy waters indeed.

You are familiar with the chilling economics of the Canadian broadcasting system. To buy American programming is a third of the cost of producing Canada, and brings in two–thirds more advertising revenues—thanks to mechanisms like simulcasting.

Vous connaissez également le mandat dévolu par la loi à la SRC/CBC. L'ONF ne croit pas qu'il faut changer ce mandat. La SRC/CBC, en tant que diffuseur public du Canada, doit continuer d'avoir une prédominance canadienne; de refléter le Canada et ses régions; de contribuer à la diffusion et à l'échange d'information dans les deux langues officielles du Canada; de contribuer à la prise de conscience et à l'identité nationale; d'être disponible partout au Canada; et de refléter, entre autres choses, la diversité culturelle du Canada.

Ce mandat représente un défi. L'histoire de la SRC/CBC nous indique éloquemment jusqu'à quel point les Canadiens et Canadiennes ont bénéficié de sa réalisation. Les Canadiens se retrouvent dans cette entreprise; ils ont des histoires à partager, des choses en commun. Ils ne peuvent pas oublier qu'il existe des raisons de nous rassembler, pour nous reconnaître et vivre avec nos différences.

• 0920

I don't want to be glib or to mix metaphors, but the public producer and the public broadcaster are mandated to go where no others have gone before, and none are clamouring to. All the more reason to assure a stable financial future for CBC and Radio–Canada, for the corporation can provide the public producer and Canada's independent film community with access to the country's largest audiences.

Relevant du gouvernement, l'ONF et la Société Radio–Canada remplissent tous deux une mission publique et indispensable auprès des Canadiens et Canadiennes, et se distinguent facilement du secteur privé. Pourtant, leurs rôles particuliers ont toujours été différents.

L'ONF produit des films et des vidéos de durées diverses, qui adoptent des points de vue différents. Son mandat est principalement culturel et social. Le premier rôle de la Société Radio–Canada—CBC est de fournir un service national de radio et de télévision dans les deux langues officielles au moyen d'une programmation très diversifiée. Elle produit ses propres émissions et complète sa grille horaire à partir de productions achetées ou commandées à l'extérieur.

The CBC and Radio–Canada news and public affairs programs deal with the issues of the day so that Canadians are informed about their country and the world around them, whether they listen to the news in the shower or sit down in front of the TV at night. On the other hand, the NFB's work takes this a step further. Our programs are designed for analysis, reflection, discussion and use over time, at best for generations.

Je ne voudrais pas être désinvolte ni forcer les métaphores, mais le producteur public et le diffuseur public ont le mandat de s'aventurer là où personne n'est allé et où personne ne revendique d'aller. Ce sont autant de raisons d'assurer un avenir financier stable à la SRC/CBC. Car en effet, la Société peut offrir au producteur public et à la communauté de cinéastes canadiens indépendants un accès aux auditoires les plus importants du pays.

As creations of Parliament, the NFB and CBC/RC share a public purpose, and indispensability to Canadians, and are easily distinguishable from the private sector. Still their individual roles have always been different.

The NFB produces films and videos of varying lengths and distinctive perspectives. Its mandate is primarily cultural and social. CBC/RC's primary role is to provide a national radio and television service in both official languages, across a wide spectrum of programming. It produces its own but fills its schedule with productions commissioned or purchased from others.

Les émissions d'information et d'affaires publiques de la SRC/CBC traitent de sujets d'actualité afin que les Canadiens sachent ce qui se passe à l'échelle nationale et internationale—qu'ils écoutent les nouvelles dans la douche et qu'ils regardent le téléjournal dans la soirée. Le travail de l'ONF consiste à franchir un pas de plus. En effet, nos programmes sont destinés à susciter l'analyse, la réflexion, la discussion et à traverser l'épreuve du temps, peut-être même pour plusieurs générations.

[*Text*]

In the days before specialty services and independent stations, before Telefilm Canada's encouragement and before private broadcasters were as interested in independent or dramatic production, the CBC and Radio–Canada was indeed our natural partner.

There have been cooperative ventures, from individual programs to the recent export of TRIO into the United States. A single notable example is the controversial award–winning film *The Boys of St. Vincent*. Produced by the NFB in cooperation with CBC Radio–Canada and Téléaction, this drama would not have been made without the commitment of the CBC and Radio–Canada. Though it was banned in several provinces, the CBC and Radio–Canada stood by the program and broadcast it as soon as legally possible. In the end, six million people watched the two–part series on an important, if shameful, occurrence in Canadian history.

Would this and other programs like it have been made without a public producer, without a public broadcaster or without partnerships between them? We don't think so.

NFB films are carried on CBC and Radio–Canada, and we do co–produce with the public broadcaster. As per our statement to the CRTC during the CBC and Radio–Canada licence renewal, we could do more.

We are currently working with CBC and Radio–Canada to increase our presence on both French–and English–language services, and we'd be pleased to bring you up to date on these discussions.

We have spent a good deal of your valuable time today trying to impress upon you what the public producer and the public broadcaster have provided to Canadians over fifty years. We've illustrated the commonalities and the complementary differences, as distinct from the private sector.

We know you have questions. Let us leave off where you want to begin, with CBC and Radio–Canada's role. CBC and Radio–Canada provides significant levels of Canadian programming—on both television services, on Newsworld and in radio—in an increasingly complex and challenging broadcasting environment, but it is not enough.

If more and more Canadians are to watch their stories, their history and their struggles unfold on the airwaves, if Canada is to maintain its historic reputation for news and public affairs programming, if we are to make gains at all, we must recognize the role of the CBC and Radio–Canada as Canada's premier full–service network, offering Canadian programming to the exclusion of everything else.

[*Translation*]

À l'époque où les services spécialisés et les stations indépendantes n'existaient pas, avant la venue de Téléfilm Canada, lorsque les diffuseurs privés ne s'intéressaient pas tant à la production indépendante ou dramatique, la SRC/CBC était notre partenaire naturel.

On dénombre quelques exemples de collaboration, des émissions individuelles à l'exportation de TRIO aux États–Unis. mentionnons aussi le cas de la minisérie controversée *Les garçons de Saint–Vincent*, produite par l'ONF en coproduction avec CBC et Téléaction, un docudrame qui n'aurait pu se faire sans l'engagement de la SRC/CBC. Malgré l'interdiction émise par plusieurs provinces, la SRC/CBC a soutenu la minisérie et l'a diffusée dès qu'il a été légalement possible de le faire. En fin de compte, six millions de personnes ont vue la série en deux épisodes qui relatent un événement important, bien que scandaleux de l'histoire du Canada.

Ce long métrage et d'autres semblables auraient–ils vu le jour sans un producteur public, sans un diffuseur public ou sans la collaboration qui existe entre les deux? Nous ne le croyons pas.

La SRC/CBC diffuse certains films de l'ONF et nous coproduisons avec elle. Tel qu'indiqué dans notre déclaration lors des audiences pour le renouvellement de la licence de la SRC/CBC, cette collaboration pourrait être plus étroite.

Nous travaillons actuellement avec la SRC/CBC à augmenter notre présence, tant au réseau français qu'au réseau anglais de Radio–Canada, et nous nous ferions un plaisir de vous faire part de ces discussions.

Nous avons pris une bonne partie de votre temps précieux à tenter de vous convaincre de ce que le producteur public et le diffuseur public ont apporté au peuple canadien depuis plus de 50 ans. Nous vous avons fait voir les points communs et les différences complémentaires qui les distinguent du secteur privé.

Nous savons que vous avez des questions. Terminons donc là où vous voulez commencer, avec le rôle de la SRC/CBC. La SRC/CBC offre des niveaux élevés de programmation canadienne—dans les deux services de télévision, sur Newsworld et à la radio—dans un univers de télédiffusion de plus en plus complexe et exigeant. Mais ce n'est pas suffisant.

Si de plus en plus de Canadiens et de Canadiennes veulent regarder leur vie, leur histoire et leurs luttes se dérouler sur les ondes, si le Canada tient à conserver sa réputation pour les émissions d'information et d'affaires publiques, si nous désirons progresser à tous points de vue, nous devons reconnaître que le rôle de la SRC/CBC à titre de réseau de services complet, diffusant exclusivement des émissions à contenu canadien.

• 0925

Si de plus en plus de Canadiens et de Canadiennes veulent regarder leur vie, leur histoire et leurs luttes se dérouler sur les ondes, si le Canada tient à conserver sa réputation pour les émissions d'information et d'affaires publiques, si nous désirons progresser à tous points de vue, nous devons reconnaître le rôle de la Société Radio–Canada/CBC à titre de réseau de services complets, diffusant exclusivement des émissions à contenu canadien.

If more an more Canadians are to watch their stories, their history and their struggles unfold on the airwaves, if Canada is to maintain its historic reputation for news and public affairs programming, if we are to make gains at all, we must recognize the role of CBC/RC as Canada's premiere full service network, offering Canadian programming, to the exclusion of everything else.

[*Texte*]

Même dans un monde de communications fragmenté et explosif, la Société Radio–Canada demeure la pierre angulaire dans la diffusion d'une programmation canadienne au public du pays. Pour les producteurs qui ont des histoires à raconter et qui doivent les raconter, la Société Radio–Canada reste le chemin le plus direct et le plus sûr pour rejoindre des millions de téléspectateurs et téléspectatrices.

Nous devons réduire les contraintes et les incertitudes qui la distraient de ses tâches. On doit permettre à la Société Radio–Canada de consacrer plus de temps d'antenne à la programmation canadienne aux heures de grande écoute, en faisant appel en particulier aux producteurs indépendants et au producteur public national, l'Office national du film du Canada. Cela signifie plus de documentaires et plus de longs métrages de fiction aux heures de grande écoute.

Dans le but de poursuivre sa contribution indispensable au pays et pour répondre à cette exigence, la Société Radio–Canada/CBC a besoin d'un engagement de la part du gouvernement lui assurant un financement adéquat. Si la Société Radio–Canada/CBC pouvait se libérer de nombreux choix de programmation auxquels elle doit se soumettre pour satisfaire les publicitaires, elle pourrait vraiment devenir la solution de rechange canadienne en matière de télévision.

Mr. Chairman, John Grierson and Graham Spry, among others, knew decades ago that indigenous programming was key to a distinct communications and political future. While technology has changed, Canadians' basic needs have not. These visionaries also knew that truly reflecting Canada to Canadians was a difficult task, and that landmark achievements were only possible with the distinctive and separate contributions of a public producer and a public broadcaster working together in the public interest.

Thank you for your attention, and we welcome your questions.

The Chairman: Thank you. I must say I was fascinated to discover that in the French text there is no word for "road kill".

In the usual peculiar math of this committee, you'll notice that we have divided two hours into two equal segments of 45 minutes. This has puzzled me for some time, but we're going to try to live with it and at least be done a little before 10 a.m. With that in mind, I think we could have an initial round of seven minutes each.

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Je souhaite la bienvenue à l'équipe de l'Office national du film. Cela nous fait plaisir de vous rencontrer. Merci pour la présentation que vous venez de nous donner.

J'ai toujours été une grande adepte de l'Office national du film. J'ai eu la chance de connaître Marthe et Maurice Blackburn. J'ai regardé les films de Perreault et je les regarderais avec autant d'attention que la première fois, étant donné que mes origines sont dans Charlevoix.

[*Traduction*]

Even in an exploding and fragmenting communications universe, the CBC/RC remains the cornerstone in the delivery of Canadian programming to the country's largest audiences. For all Canadian producers, Canada's national network must become more accessible, as it is the most reliable and direct route to millions of viewers.

We must reduce the stresses and uncertainties which distract it from its duties. The CBC/RC must be allowed to devote more of its air time—its prime time—to Canadian programming, particularly from private independent producers, and from the national public producer, the NFB which is distinctively innovative and not available elsewhere. This means for example more documentaries, more Canadian feature films in prime time.

To carry on, and to address this requirement, the CBC/RC needs a commitment from Parliament that it will be adequately funded to continue its vital contribution to this country. If it could be freed from many of the programming choices it is forced to make to meet revenue objectives, the CBC/RC could truly become the Canadian alternative.

Monsieur le président, John Grierson et Graham Spry savaient déjà, il y a des décennies, que la programmation faite ici était primordiale pour assurer l'avenir politique et les communications distinctes. La technologie a changé, mais les besoins fondamentaux des Canadiens et des Canadiennes sont restés les mêmes. Ces visionnaires savaient également à quel point il peut être difficile de faire connaître le Canada aux Canadiens et aux Canadiennes. Et que les réalisations qui servent de point de repère ne peuvent se faire qu'avec les contributions distinctes et séparées d'un producteur public et d'un télédiffuseur public travaillant ensemble dans l'intérêt des téléspectateurs.

Je vous remercie de votre attention, et nous répondrons avec plaisir à vos questions.

Le président: Merci. Je dois vous dire que j'ai trouvé intéressant de voir que dans le texte français, il n'y a pas de traduction pour l'expression anglaise «road kill».

Vous constaterez que la méthode utilisée par notre comité pour calculer le temps est un peu bizarre. Nous avons divisé la période de deux heures en deux segments égaux de 45 minutes chacun. Ceci me laisse perplexe depuis quelque temps, mais il va falloir s'y faire et au moins essayer de terminer un peu avant 10 heures. Ceci étant dit, je crois que nous pourrons commencer avec une première ronde de sept minutes pour chacun.

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): I would like to welcome the team from the National Film Board. It's a pleasure for us to meet you. Thank you for the presentation you just made.

I have always been a great National Film Board fan. I had the opportunity to meet Marthe and Maurice Blackburn. I watched Perreault's films, and I would watch them again with as much interest as I did the first time, because I'm originally from Charlevoix.

[*Text*]

Un des premiers documentaires que je me rappelle avoir vus, c'est un documentaire sur quatre familles canadiennes. On nous présentait dans ce film quatre familles canadiennes pour nous montrer qu'on vivait différemment dans quatre parties différentes du Canada. C'était quatre familles de cultivateurs. Pour la première fois, je voyais les Prairies et ce que cela représentait que de cultiver là–bas comparativement au Québec.

Je vous signalais tout à l'heure que le premier film de la deuxième série *Droits au coeur*, produite l'Office national du film, vient d'être primé au Festival international du film pour enfants de Rimouski.

Cela dit, j'ai observé pour la première fois hier que l'Office national du film contribuait à l'émission *La petite vie*.

M. Claude Bonin (directeur général, Programme français, Office national du film): Non, c'est Téléfilm Canada.

Mme Tremblay: C'est Téléfilm Canada? Bon.

• 0930

Il me semble que la mission de l'ONF a un peu changé. C'est peut–être normal, parce que les choses évoluent. Par exemple, vous avez participé à *Léolo*. Pouvez–vous nous dire comment votre budget se répartit entre les émissions d'affaires publiques, les documentaires, les films de fiction et ainsi de suite? Est–ce déterminé à l'avance ou si c'est selon les demandes qui vous arrivent?

Mme Pennefather: Madame Tremblay, je veux d'abord vous remercier pour vos commentaires sur l'Office national du film du Canada.

Dans un certain sens, les films que vous avez mentionnés illustrent très bien le rôle de l'ONF qui, pour l'essentiel, n'a pas changé depuis sa fondation. On vient de produire *Droits au coeur*, mais on a aussi produit, dans le cadre de l'Année internationale de la famille, un film en français et un film en anglais sur quatre familles canadiennes qui font face à la vie familiale contemporaine.

En ce qui concerne notre budget et le type de films qu'on continue de faire, la grande majorité de nos fonds vont aux documentaires. Il est clair que les productions principales de l'ONF sont les documentaires, suivis par l'animation.

Dans notre allocation parlementaire, nous recevons toujours un certain montant d'argent destiné à la coproduction indépendante. Je dois vous dire que ce montant diminue graduellement depuis quelques années. Cet argent est investi dans des films comme *Léolo*.

M. Bonin voudra peut–être vous donner plus de détails sur la façon dont l'argent disponible est réparti du côté français. Voulez–vous en parler un peu?

M. Bonin: Du côté français, on coproduit uniquement avec cet argent qui vient du gouvernement pour la coproduction. Il s'agit d'un montant de 1 680 000$ sur un budget total de près de 20 millions de dollars pour le programme français.

Mme Tremblay: Vous dites qu'il y a 20 millions de dollars pour le programme français. Cela veut dire que sur les 80 millions de dollars du budget de l'Office national du film, il y a 20 millions de dollars pour le secteur français et 60 millions de dollars pour le secteur anglais.

[*Translation*]

One of the first documentaries that I remember seeing, was a documentary on four Canadian families. The film focused on these four Canadian families to illustrate the different lifestyles in four areas of Canada. Each family had a farm. For the first time I saw the Prairies, and how farming in that area compared to farming in Quebec.

I mentioned to you earlier that the first film of the second series, entitled *Droits au coeur*, produced by the National Film Board, has just won an award at the Rimouski *Festival International du film pour enfants*.

Having said that, I saw for the first time yesterday that the National Film Board contributed to *La petite vie*.

Mr. Claude Bonin (Director General, French Program, National Film Board): No, that is Telefilm Canada.

Mrs. Tremblay: It was Telefilm Canada? Oh.

It seems to me that the NFB's mandate has changed slightly. Maybe that's normal because situations evolve. For example, you participated in *Léolo*. Can you tell us how your budget is divided for public affairs programs, documentaries, fictional movies and so on? Is it determined ahead of time, or is it based on requests you receive?

Ms Pennefather: Mrs. Tremblay, I would like to begin by thanking you for your comments on the National Film Board of Canada.

In a certain sense, the films that you mentioned clearly illustrate the NFB's role which, essentially, has not changed since its inception. We have just produced *Droits au coeur*, and also as part of the International Year of the Family, a film in French and one in English on four Canadian families dealing with contemporary family life.

Concerning our budget and the type of films that we continue to produce, the majority of our funds go to documentaries. It is clear that the NFB produces primarily documentaries, followed by cartoons.

Our parliamentary appropriation always includes a certain amount of money for independent coproductions. I must point out that this amount has been gradually decreasing over the years. This money is invested in films like *Léolo*.

Mr. Bonin may want to give you more details on how the available funds are divided up on the French side. Do you want to briefly comment on that?

Mr. Bonin: On the French side, our coproductions are produced solely with the government funds for that purpose. This represents $1,680,000 out of a total budget of approximately $20 million for the French program.

Mrs. Tremblay: You say that there is a $20 million budget for the French program. That means that out of the National Film Board's budget of $80 million, $20 million are earmarked for the French sector and $60 million for the English sector.

[*Texte*]

M. Bonin: Non, parce qu'il y a aussi la distribution, entre autres. On peut dire qu'il y a à peu près 20 millions de dollars pour le programme français et 30 millions de dollars pour le programme anglais. Le reste va à l'administration, aux services techniques et à la distribution à l'international.

Mme Tremblay: D'accord. Donc, de ces 20 millions de dollars, 1 680 000$ vont à la coproduction.

M. Bonin: Avec le secteur privé.

Mme Tremblay: Les films du genre de *Léolo*.

M. Bonin: Oui, c'est cela.

Mme Tremblay: D'accord. Ceci est le seul type de coproduction que vous faites.

M. Bonin: Dans le programme français.

Mme Tremblay: Du côté anglais, est–ce qu'il y a d'autres types de coproduction? Par exemple, incluez–vous là–dedans *Les garçons de Saint–Vincent*?

Mme Pennefather: Non, cela n'était pas inclus dans ce montant–là. M^me^ Janes peut vous décrire de façon plus détaillée la répartition dans le programme anglais.

Mme Barbara Janes (directrice générale, Programme anglais, Office national du film du Canada): Comme dans le programme français, la plupart de nos coproductions se font dans le cadre de ce programme spécial. Le programme anglais a bénéficié de 2,4 millions de dollars.

À l'occasion, il y a de la coproduction qui se fait à l'extérieur de ce programme, parce qu'il y a des règles du jeu très précises dans ce programme–là. Par exemple, il faut que le projet soit l'initiative d'un producteur indépendant, etc.

Dans le cas des *Garçons de Saint–Vincent*, c'est l'ONF qui a pris l'initiative, c'est un cinéaste de l'ONF qui a mis au point le scénario et ainsi de suite. Par conséquent, ce film ne pouvait pas se faire dans le cadre du programme spécial.

Cela arrive de temps à autre, mais la majorité des coproductions se font dans le cadre de ce programme spécial.

Mme Tremblay: Vous tirez environ 10 millions de dollars de vos ventes aux écoles et à l'étranger, par l'entremise de vos bureaux à l'étranger et d'autres services de distribution. Combien de cet argent vient de la Société Radio–Canada?

Mme Pennefather: Vous parlez des films qu'on vend?

Mme Tremblay: Je parle de tout ce que vous projetez. Est–ce que Radio–Canada vous donne de l'argent? Avez–vous des revenus qui vous viennent de la Société Radio–Canada?

Mme Pennefather: Oui, s'il s'agit d'un film comme *The Boys of St. Vincent*.

• 0935

Mme Janes: Dans le cas de *The Boys of St. Vincent*, la Société Radio–Canada, du côté anglais, y a participé. Ce ne sont pas des revenus pour l'ONF. Il s'agit d'une coproduction entre l'ONF, la Société Radio–Canada et une compagnie privée, Productions Télé–Action Inc.. Il est certain qu'il y avait de l'argent de CBC dans le projet mais ça ne revenait pas à l'Office.

[*Traduction*]

Mr. Bonin: Non, because there is also distribution among other things. There is roughly $20 million for the French program and $30 million for the English program. The rest goes to administration, technical services and to international distribution.

Mrs. Tremblay: Okay. So out of the $20 million, $1,680,000 goes to coproduction.

Mr. Bonin: With the private sector.

Mrs. Tremblay: For films of the same type as *Léolo*.

Mr. Bonin: Yes, that's correct.

Mrs. Tremblay: Okay. This is the only type of coproduction that you do.

Mr. Bonin: As part of the French program.

Mrs. Tremblay: On the English side, are there other types of coproduction? For example, would you include *The Boys of St. Vincent* in that category?

Ms Pennefather: No, that was not included in this amount. Ms Janes can describe the breakdown for the English program in more detail.

Ms Barbara Janes (Director General, English Program, National Film Board of Canada): As in the case of the French program, most of our coproductions are produced as part of this special program. The English program received $2,4 million.

On occasion, we coproduce outside this program, because there are very strict rules under the program. For example, the project must be initiated by an independent producer, and so on.

The Boys of St. Vincent was a NFB initiative. It was a NFB filmmaker who prepared the script and so on and so forth. Consequently, the film could not be produced under the special program.

That happens from time to time, but most of our coproductions are produced under this special program.

Mrs. Tremblay: You earn about $10 million from sales to schools and abroad, through your offices abroad, and through other distribution services. How much of that money comes from CBC?

Ms Pennefather: You're talking about the films that we sell?

Mrs. Tremblay: I'm talking about everything that you show. Does CBC give you money? Do you receive revenue from CBC?

Ms Pennefather: Yes, if it's a film like *The Boys of St. Vincent*.

Ms Janes: In the case of *The Boys of St. Vincent* the CBC participated in the production. Those are not revenues for the NFB. It is a co–production between the NFB, the CBC and TeleAction, a private company. Of course, the CBC invested money in the venture, but it did not come back to the NFB.

[*Text*]

Quand on produit des films nous–mêmes, et si on vend ces films–là à CBC/Radio–Canada, bien sûr, on reçoit des revenus; ça varie d'année en année. Du côté anglophone, ça peut être 200 000$ par année; si on vend plus de films, ça pourrait être plus que cela.

Mme Tremblay: Je vais être plus directe dans ma question. Prenons par exemple la série *Droits au coeur*. Faites–vous plus d'argent en la vendant à TVA qu'en la vendant à Radio–Canada? Est–ce que Radio–Canada se sent un peu de la maison parce que c'est financé aussi par les contribuables? Vous donnent–ils le bon prix pour cela, à Radio–Canada?

Mme Janes: Tous les télédiffuseurs, de plus en plus, ont un préjugé plus favorable envers le secteur indépendant qu'envers le secteur public. On a beaucoup de difficulté, de toute façon du côté anglophone, à convaincre les télédiffuseurs, que ce soit Radio–Canada ou les autres—par exemple pour les nouveaux canaux spécialisés qui commencent—, que l'Office devrait avoir le même prix que les producteurs indépendants, parce que bien sûr ces diffuseurs aimeraient garder le plus d'argent possible pour le secteur indépendant.

Mme Tremblay: D'accord. Donc, vous recevez moins parce que vous êtes public.

Mme Janes: Parfois. Ce n'est pas une énorme différence mais je dirais qu'il y a, dépendant du diffuseur, une légère différence; et dans certains cas, c'est plus marqué.

Mme Pennefather: J'aimerais ajouter ceci, madame Tremblay, à savoir qu'on fait tous les efforts possibles pour traiter d'égal à égal parce qu'il y a aussi l'aspect de la compétition non équitable avec le secteur privé. C'est une discussion difficile, mais c'est une discussion primordiale parce qu'il faut aussi que l'ONF fasse le plus possible en termes de revenus pour ses films, non seulement pour la production mais pour la vente après.

Vous avez touché là un point très important.

The Chairman: Mrs. Brown and Mr. Hanrahan, how are you going to handle your time?

Mrs. Brown (Calgary Southeast): We'll split our time like we always do.

It's very nice to have you all here this morning and to see you again. I'm going to jump right into my questions. As I was walking in the door you were talking about the multi–channel universe, shrinking audiences and increasing costs. My question is of a philosphical nature but I have a reason to ask it.

On page 2 of your statement you say "both in principle and in reality, public players must cut a distinctive and indispensible swath from their private sector colleagues". Why did you say that? You ended off with a statement about unfair competition from the private sector. I'd like you to make some comments.

On the last page you say that "while technology has changed, Canadians' basic needs have not". I don't agree. I think Canadians' basic needs have changed a great deal. We have experienced great technological change in broadcasting and production in both television and radio. We have a different kind of universe and a different kind of Canadian mosaic than we did 40 or 50 years ago.

[*Translation*]

When we produce films ourselves, and if we sell them to CBC Radio–Canada, they obviously get some return on the investment; it varies from year to year. On the English side, it could be $200,000 a year; if we sell more films, it could be more.

Mrs. Tremblay: I will be more straightforward in my question. Let us take the series *Droits au coeur* for instance. If you sold it to TVA, would you get more money than if you sold it to Radio–Canada? Does Radio–Canada feel more comfortable with the NFB because it is also publicly funded? Does Radio–Canada pay you the right price?

Ms Janes: Increasingly, broadcasters are having a more positive bias towards independent producers as compared to the public sector. Anyway, on the English side, it is very difficult for us to convince broadcasters, be it the CBC or the others—for example, operators of the new specialty channels—that the NFB should be paid the same price as independent producers, because those broadcasters would certainly like to keep as much money as possible for the independent sector.

Mrs. Tremblay: Okay. So you receive less money because you are publicly funded?

Ms Janes: Sometimes. The difference is not very big; I would say that there is a slight difference, depending on the broadcaster; and in some cases, it is greater.

Ms Pennefather: Let me add, Mrs. Tremblay, that we try our best to deal on a level playing field, because there is also the issue of unfair competition with the private sector. The discussion is difficult, but it is of utmost importance, because the film board must also try to make as much money as possible on its films, not only in terms of production, but also in terms of subsequent sales.

You just touched on a very important issue.

Le président: Madame Brown et monsieur Hanrahan, comment voulez–vous utiliser votre temps de parole?

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Nous allons le partager comme d'habitude.

C'est un réel plaisir de vous recevoir à nouveau ce matin. Je passe immédiatement aux questions. En entrant dans la salle, je vous ai entendu parler de l'univers multicanal, des cotes d'écoute qui diminuent et de l'augmentation des coûts. Ma question est d'ordre philosophique, mais j'ai une raison de la poser.

À la page 2 de votre déclaration, vous dites qu'en théorie comme en pratique, les acteurs publics doivent ouvrir une voie distincte et indispensable de celle de leurs collègues du secteur indépendant. Pourquoi? En terminant, vous avez mentionné «la compétition non équitable». J'aimerais que vous nous apportiez des éclaircissements là–dessus.

À la dernière page, vous dites que «la technologie a changé mais les besoins fondamentaux des Canadiens et des Canadiennes sont restés les mêmes». Je ne suis pas d'accord. Je pense que nos besoins fondamentaux ont beaucoup évolué. Les techniques de production et de diffusion radiophonique et télévisuelle ont considérablement évolué. Notre univers et notre population ne sont plus ce qu'ils étaient il y a 40 ou 50 ans.

[*Texte*]

That's a rather philosphical question but there are elements of reality in terms of cost and competition.

Ms Pennefather: I think your question goes to the heart of our presentation. Starting with the last point, I agree—and our previous presentation made this point—that the new technological environment provides a much different milieu in which we are working. We presented this new environment as an opportunity for National Film Board productions.

Despite these changes, however, the essential challenge and opportunity before the public producing sector and the private sector in this country is Canadian programming. Perhaps it is even more acute than in the past. And on that point I could agree with you that the basic need I was referring to—that is, Canadian programming—is even more under challenge and more necessary than before.

• 0940

That is the gist of my final remark: the basic need hasn't changed if we are to have a broadcast environment, telecommunications environment, video on demand environment, which is increasingly global in our capacity to receive programming. It is still essential that Canadian programming find its place, and Canadian programming finding its place in this universe depends a great deal on the resources available for Canadian programming.

In this country, we're very proud at the National Film Board to be part of a system that wisely puts a public producer and a public broadcaster in front of this challenge.

The public producer, namely the National Film Board, must assure that it is Canadian programming that obviously predominates its output, but also, particularly because of the financial and cultural challenges facing us, prepares a number of films that are very different, that take on cultural and social issues, that go beyond perhaps the current interests, that also can, because of the financial situation in which we work with a parliamentary allocation, be assured to continue to do so over the next few years. This offers us the capacity not only to produce but also to see to the development of further film production.

The statements at the beginning and end of the paper, then, are to reiterate the importance of the public sector remaining a player, and concurrent with that is the support of government for the public sector to produce Canadian programming. It is our belief, as we said previously, that this is even more important in the new technological environment.

Mrs. Brown: But have we ever gone out to the consumer and actually asked them if they believe it really is important? Revenues are falling. You had cut-backs in terms of your production capabilities. You commented that you had a $1.8 million reduction in the last couple of years, or something like that. But I wonder, are we really asking Canadians if they want this, if they need this, if it's part of a requirement to their daily living pattern?

[*Traduction*]

Cette question est assez philosophique, mais les coûts et la concurrence sont bien réels.

Mme Pennefather: Je pense que votre question touche au coeur même de notre exposé. En commençant par la fin, je conviens—comme nous l'avons dit dans notre témoignage précédent—qu'en raison du nouvel environnement technologique, notre milieu de travail est très différent de ce qu'il était. Pour l'ONF, cet environnement offre de nouvelles possibilités en matière de production.

Cependant, en dépit de ces changements, nos producteurs publics et privés ont un défi essentiel à relever, celui de la programmation canadienne. Ce défi est peut-être plus urgent que par le passé. À cet égard, je suis d'accord sur le fait que ce besoin fondamental—la programmation canadienne—est encore plus menacée et plus nécessaire que jamais.

Voilà l'essentiel de ma dernière observation: le besoin fondamental n'a pas changé si nous allons avoir un environnement où la radiodiffusion, les télécommunications et la vidéo sur demande ont une portée de plus en plus mondiale, ce qui accroît notre capacité de recevoir des émissions. Il demeure essentiel que la programmation canadienne trouve sa place dans cet univers, ce qui dépendra considérablement des ressources dont nous disposerons.

Au Canada, nous sommes très fiers que l'Office national du film fasse partie d'un système qui place sagement un producteur public et un radiodiffuseur public face à ce défi.

Le producteur public, c'est-à-dire l'Office national du film, doit veiller à ce que sa production soit essentiellement canadienne; de plus, surtout en raison de nos contraintes financières et culturelles, il doit produire un certain nombre de films qui sont tout à fait différents, qui traitent de questions culturelles et sociales, qui dépassent peut-être les intérêts actuels. En outre, étant donné que nous dépendons financièrement du Parlement, il faudrait que nous soyons assurés de pouvoir accomplir notre mandat au cours des prochaines années. Cela nous permet non seulement de produire, mais aussi d'assurer la production d'autres films.

Au début et à la fin du document, nous soulignons qu'il est important de préserver le secteur public dans ce domaine et que le gouvernement doit l'aider à produire une programmation canadienne. Comme nous l'avons déjà dit, nous croyons que cela est encore plus important dans le nouvel environnement technologique.

Mme Brown: Mais sommes-nous jamais allés voir le consommateur pour lui demander si cela est vraiment si important? Les recettes sont en chute libre. On a réduit votre capacité de production. Vous avez dit que l'Office a subi une réduction de 1,8 millions de dollars environ ces dernières années. J'aimerais cependant savoir si nous sommes vraiment en train de demander aux Canadiens s'ils en veulent, s'ils en ont besoin, si c'est une nécessité de leur vie quotidienne.

[*Text*]

Ms Pennefather: It's a very interesting question. As far as the National Film Board is concerned, it is our responsibility, in terms of the production of a film, looking at what happens with that film and the kind of response we get, and perhaps occasionally to survey public opinion and our effects, to see how well we're doing.

Frankly, it's a very difficult question to answer except for the following points. For the last 50 years the NFB has produced more than 9,000 films and has become known as a national institution. There is a sort of expectation that somewhere in the system we will be looking towards the preservation of our own culture and our own way of seeing things.

When we take a film into a community like the film *Droits au coeur*, which Madam Tremblay just mentioned, the reaction is very strong. Yes, we need this kind of material, because one can physically, visually see the effect it has on the lives of our children to have a public producer taking on the task of producing a series of animated films, using new film–makers who address the rights of children in this world. This is not to say that others may not wish to do so. It is just the case that we have a public mandate that requires us to do so, that guarantees to that country that somewhere in the panoply of audio–visual entertainment, or even information that we're receiving, a dedicated amount of money and dedicated artists are looking at Canadian issues and a Canadian way of seeing things.

When we have issued surveys—just one quick comment on knowledge of the NFB—we find a very high response: 96% of respondents said they knew of the National Film Board of Canada, both the direct role, film for film, and the institutional input that we have.

I'm sorry, Mr. Chairman.

The Chairman: Unfortunately, that's chewed up about seven minutes right there. I should perhaps have intervened to try to put aside a little time for Mr. Hanrahan.

What I would propose to do is have one question after we come over here for seven minutes, because we have to get through by ten o'clock, absolutely. So we'll come back. Okay? Mr. Gallaway.

• 0945

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): Thank you, Mr. Chairman.

Welcome, once again.

I was quite taken by some of your comments with regard to how you view your work as opposed to how you view your mandate. On page 4 you note that you make socially relevant documentaries and animated shorts. Then on page 6 you say that the NFB ensures the production and distribution of high quality, distinctly Canadian, culturally and socially relevant films and video. I am following up actually on what Mrs. Brown had to say. You maintain that. In one sense it's self–serving. In another sense, how do you in fact gauge that? How do you know? You've come here this morning and said to us that you're making socially relevant documentaries. Who judges that in the end?

[*Translation*]

Mme Pennefather: C'est une question très intéressante. En ce qui concerne l'Office national du film nous avons la responsabilité de voir dans quelle mesure nous faisons bien notre travail, quant à la production d'un film, ce qu'on en fait, les réaction qu'il suscite, et parfois, nous sondons l'opinion publique pour le savoir.

Franchement, il est très difficile de répondre à votre question, mais je vais quand même vous donner quelques éléments de réponse. Depuis 50, l'ONF a produit plus de 9 000 films et s'est imposé comme institution nationale. L'on s'attend à ce que nous contribuions à préserver notre culture et notre vision du monde.

Quand nous présentons à la collectivité des films comme *Droits au coeur*, que M^me^ Tremblay a mentionné tout à l'heure, la réaction est très forte. Nous avons effectivement besoin de ce genre de production, car on peut voir physiquement et visuellement l'effet sur les vies de nos enfants d'avoir un producteur public qui fait appel à de nouveaux cinéastes pour produire des dessins animés et parler des droits des enfants dans le monde. Cela ne veut pas dire que d'autres ne puissent pas être intéressés. Le fait est que nous avons un mandat public qui nous oblige à le faire, et qui permet à la population de s'assurer que, dans la panoplie des productions audiovisuelles ou même des informations que nous recevons, ou consacre des fonds à des artistes dévoués pour étudier des questions canadiennes et présenter notre vision des choses.

Quand nous avons fait des sondages—pour parler rapidement de la connaissance de l'ONF—nous avons obtenu un taux de réponse très élevé. En effet, 96 p. 100 des répondants ont déclaré qu'ils connaissaient l'Office national du film du Canada, ainsi que son rôle direct dans la production des films et dans sa contribution institutionnelle.

Excusez–moi, monsieur le président.

Le président: Malheureusement, cet échange a duré près de sept minutes. J'aurais peut–être dû intervenir pour donner un peu de temps à M. Hanrahan.

Je proposerais donc qu'à notre retour, nous lui donnions la possibilité de poser des questions pendant sept minutes, parce que nous devons absolument terminer avant 10 heures. Nous reviendrons. D'accord? Monsieur Gallaway.

M. Gallaway (Sarnia—Lambton): Merci, monsieur le président.

Une fois de plus, je vous souhaite la bienvenue.

J'ai été assez intrigué par vos observations sur la façon dont vous percevez votre travail par opposition à la façon dont vous percevez votre mandat. À la page 4 de votre mémoire, vous dites que vous produisez des documentaires et des films d'animation à grande portée sociale. À la page 8, vous déclarez que l'ONF assure la production et la distribution de films et de vidéos à portée culturelle et sociale, de grande qualité, et typiquement canadiens. Mes observations vont dans le même sens que celles de M^me^ Brown. Vous le maintenez. Dans un sens, c'est égoïste. Dans un autre sens, comment le mesurez–vous? Comment le savez–vous? Vous êtes venu ici ce matin nous dire que vous faites des documentaires d'une grande portée sociale. Qui en juge en fin de compte?

[*Texte*]

Ms Pennefather: The Canadian public, I would say, and in the film world the awards one receives and the presence and reputation one has both in this country and internationally allow you to articulate your criteria of success.

If you take the point of view of audiences for our films, we've tabled with you in our package some of the audience numbers for films, which I'm sure your research department can place in the context of what average audiences are for specific channels. Also, I'm pleased to say that video cassette sales of National Film Board products have increased considerably—you may want to make a comment on that, Laurie—which is another criteria saying that there is interest in our work and people are looking at our films. We'd be happy to provide you with further, very specific test cases where we could show you that we are—

Mr. Gallaway: Following up on that, if sales of your videos have increased, once again what does that mean?

Ms Pennefather: All that can tell you—as, I think, any private sector player would also say—is that you are reaching the public for which your films were intended.

Occasionally, when we can, we also do a study of the effect the film has had, whether we've been successful in putting the point across, whether social action has occurred after the film. There are certain films in our history that have had a direct impact on social policy and on certain areas of debate in this country, and usually that's followed over a series of years. For example, films we did on elderly issues and elderly abuse continue to be used consistently by groups.

I would like Barbara to also talk about the education milieu and the feedback we're able to get from education.

Ms Janes: One of our biggest audiences for our films is, in fact, the educational system. Over a period of time we do surveys to see where there has been a change of usage or whatever of NFB films in education. The most recent one we did was just this year. What it indicated to us was the absolute dependence of the educational system on the Film Board for Canadian content, that a very high percentage of Canadian material used in Canadian schools is from the National Film Board. Among the producers and distributers mentioned by the teachers, the Film Board was by far the most often mentioned as a provider of Canadian material for the classroom.

Mr. Gallaway: Last evening I had the opportunity to attend the opening at the National Archives of the Sir Ernest MacMillan display. One of the things that was painfully apparent was that Sir Ernest was able to forge a niche in music—he put a particularly Canadian face on music in production, performance, writing, and composing—but he did it without government funds. When do you foresee the day when we will have a Canadian identity that is sufficiently strong to exist without public moneys?

Ms Pennefather: I would be willing to say today, Mr. Gallaway, that in the business of film-making in this country, for reasons that have to do with our situation vis-à-vis the American continent but also just in terms of the market size,

[*Traduction*]

Mme Pennefather: Je dirais que le public canadien et, dans le secteur cinématographique, les prix que nous recevons, en outre notre présence et notre réputation au Canada et à l'étranger nous permettent de juger de notre succès.

En ce qui concerne l'auditoire de nos films, vous trouverez des chiffres dans la documentation que vous avez reçue, et je suis sûre que votre service de recherche peut les comparer aux audiences moyennes des différents canaux. Je me réjouis également de dire que les ventes de cassettes vidéo de l'Office national du film ont augmenté de façon considérable—Laurie, vous pourriez peut-être nous donner des précisions là-dessus; c'est un autre critère qui nous permet d'affirmer que les gens s'intéressent à notre travail et regardent nos films. Nous serions heureux de vous communiquer les résultats de certaines études très précises qui pourraient vous montrer que nous sommes. . .

M. Gallaway: Dans le même ordre d'idée, si les ventes de vos vidéo-cassettes ont augmenté, qu'est-ce que cela signifie?

Mme Pennefather: Je peux simplement vous dire—comme n'importe quel intervenant du secteur privé—que nous atteignons le public auquel nos films sont destinés.

À l'occasion quand nous le pouvons, nous étudions également l'incidence de nos films pour déterminer si nous avons réussi à communiquer notre message et si une action sociale en a découlé. Certains de nos films ont eu une incidence directe sur la politique sociale et sur certains débats au Canada, et souvent, cela dure quelques années. Par exemple, les films que nous avons réalisés sur les questions relatives aux personnes âgées et sur la violence contre les aînés continuent d'être régulièrement utilisés par des groupes.

Je voudrais que Barbara vous parle aussi du milieu de l'éducation et de la réaction que nous en avons obtenue.

Mme Janes: L'un des plus grand auditoire de nos films est effectivement le secteur éducatif. Sur une certaine période, nous faisons des enquêtes pour voir s'il y a eu un changement d'usage des films de l'ONF dans l'éducation. La dernière étude date de cette année. Ainsi, nous avons appris que le système éducatif compte exclusivement sur l'ONF, pour ce qui est du contenu canadien, et qu'un très fort pourcentage du matériel canadien utilisé dans les écoles canadiennes provient de nous. Parmi les producteurs et les distributeurs cités par les enseignants, l'ONF est de loin celui qui revient le plus comme fournisseur de matériel didactique.

M. Gallaway: Hier soir, aux archives nationales, j'ai eu l'occasion d'assister à l'inauguration de l'exposition sur Sir Ernest MacMillan. J'ai appris avec regret que Sir Ernest a pu se créer une niche en musique—il a donné un visage particulièrement canadien à la production, à l'interprétation, à l'écriture et à la composition musicales—sans aucune subvention gouvernementale. À votre avis, quand aurons-nous une identité canadienne assez forte pour se passer des fonds publics?

Mme Pennefather: J'aimerais dire aujourd'hui, monsieur Gallaway, qu'au Canada, dans le domaine cinématographique, en raison de la proximité des États-Unis et de la taille du marché, notre système, dans lequel les fonds publics appuient

[*Text*]

and in light of the fact that I think, and I would propose to you, that a system that combines both public support and private sector activity is unique in the world and supports the production of films that sometimes would not be made, I would hope that the government would always support film production in this country. Note that most of the production done in this country is done with the support of government, either through the National Film Board, Telefilm Canada, or, if you will, CBC and Radio–Canada. Times change, amounts shift, the private sector film production industry has significantly changed and is growing in strength.

• 0950

I believe that my private sector colleagues would support me in saying that a balanced approach will be essential. I am very pleased with your question, because it is bang on. What we are trying to say is that it is our considered opinion and counsel that CBC and Radio–Canada be given stable funding that would include government support well into the future because of the nature of the film business, the nature of the production business. However, that does not exclude the private sector. I am very concerned about looking at this as an either/or situation.

Mr. Gallaway: Certainly if I go by my mail, letters received from my constituents and from press clippings... What do you say to those critics who say or suggest or categorically state that the CBC and in some cases the NFB are not relevant whatsoever to Canadians? In other words, there has been a gulf that has existed and these organizations have become elitist, have lost touch with Canadians. They present a face to Canadians that may be of interest to some intellectuals but really has no place in the hearts and homes of Canadians.

Ms Pennefather: I am not unaware of that kind of comment, and I thank you for the platform to say that that is a very short–term view of two institutions that have rendered to this country an international reputation in the production of films. These films, if you look through our catalogue, run the gamut of films for children to films on social issues—artistic achievement that even Hollywood has recognized over the years. We continue to make films such as *The Boys of St. Vincent*, and here the two public players were front and centre to produce such a product. If that isn't relevant in Canada today, if that isn't relevant—six million people watched this film...and four million people just watched it in England.

I have a little problem with a statement like that. I would say, Mr. Gallaway, that Canada, like every country in the world, has a large stake in its cultural activities because they have a lot to do with the civilized nature in which we treat each other, the tolerance in which we understand each other. There isn't a country in the world that does not invest in its arts activities, from one end to the other.

In the film and television area it is a complex world and I appreciate that the committee is looking for ways to ensure that Canadian broadcasting still continues to function. The public purse, the taxpayers of this country must be made aware of what

[*Translation*]

l'initiative privée, est unique au monde et permet de produire des films qui n'existeraient pas autrement; j'espère donc que le gouvernement appuiera toujours la production cinématographique au Canada. Signalons que la plupart des films dans notre pays bénéficient d'une aide gouvernementale, par l'entremise de l'Office national du film, de Téléfilm Canada, ou encore de CBC et Radio–Canada. Les temps changent, les montants varient, la production de films par les compagnies privées a beaucoup évolué et devient de plus en plus forte.

Je crois que mes collègues du secteur privé seraient d'accord avec moi pour dire qu'une démarche équilibrée sera essentielle. Je suis très content que vous ayez posé cette question, car elle vient à point nommé. Nous essayons de vous dire qu'à notre avis, il faut accorder à la CBC et Radio–Canada un financement stable qui comprendrait des subventions gouvernementales à long terme en raison de la nature du secteur cinématographique et des activités de production. Cela n'exclut cependant pas le secteur privé. Les deux doivent absolument aller de pair.

M. Gallaway: À l'évidence, si j'en juge par mon courrier, c'est–à–dire par les lettres de mes électeurs et par les articles de presse... Que répondez–vous aux critiques qui disent, suggèrent ou affirment catégoriquement que la Société Radio–Canada et, dans certains cas, l'ONF ne présentent absolument aucun intérêt pour les Canadiens? Autrement dit, d'aucuns estiment qu'un fossé s'est creusé, que ces organisations sont devenues élitistes et ont perdu le contact avec les Canadiens. L'ONF et la SRC nous présentent une image qui pourrait intéresser certains intellectuels, mais qui, en réalité, n'a aucune place dans nos coeurs et dans nos demeures.

Mme Pennefather: Je suis au courant de cette vision des choses, et je profite de cette occasion pour dire qu'il s'agit là d'une vision à très court terme de deux institutions qui ont donné au Canada une réputation internationale dans la production de films. Si vous regardez notre catalogue, vous constaterez que la gamme de nos productions varie de films pour enfants à des films sur les questions sociales—un succès artistique que même Hollywood a reconnu aux fil des ans. Nous continuons à produire des films comme *Les garçons de Saint–Vincent*, et dans ce cas–ci, les deux sociétés d'État ont été les maîtres d'oeuvre. Si cela n'est pas pertinent au Canada aujourd'hui, si cela n'est pas pertinent... six millions de personnes ont regardé ce film... et quatre millions de personnes viennent de le regarder en Angleterre.

Je conteste une affirmation comme celle–là. Je dirais, monsieur Gallaway, qu'à l'instar des autres pays, le Canada a grand intérêt à promouvoir ses activités culturelles parce qu'elles sont au coeur même de l'interaction entre les citoyens et elles déterminent le degré de tolérance que nous avons les uns envers les autres. Il n'existe pas un seul pays au monde qui n'investit pas dans ces activités artistiques, quelles qu'elles soient.

La cinématographie et la télévision sont des domaines complexes, et je comprends que le Comité recherche des moyens de veiller à ce que la radiodiffusion canadienne continue à bien fonctionner. Il faut que les contribuables sachent ce que leur

[*Texte*]

their investment is bringing to them. That investment brings to them a number of very complex but interesting returns, and it is not only the film product but a look at each other across this country. It is a reflection of who we are as a people across this country. It is an ability to look at not only national issues but also regional perspectives on those issues. To carry both French and English programming, to address the original facts of our country, that is a difficult road to climb. What we have discovered is a way to combine a public policy purpose within a broadcast environment by using, with great skill, our two public players.

The Chairman: Nicely done.

We have a number of questioners and very little time. We have a question from Madame Gagnon, a question from Mr. McKinnon, a question from Mr. Hanrahan and from me. On that note, let's go.

Mme Gagnon (Québec): Je suis députée du comté de Québec. Donc, je représente les régions par rapport à Ottawa. J'ai des questions à vous poser sur l'impact des coupures passées et futures. Où allez–vous couper? À Québec, on avait un centre de l'ONF, un centre d'animation. C'est maintenant réduit à un centre de distribution.

Il y aura d'autres coupures. Est–ce que ces coupures vont avoir un impact dans les régions? Votre mandat est d'offrir une pluralité culturelle. Si on a moins de services dans les régions. . . L'aide aux jeunes producteurs est aussi très importante.

Par exemple, il y a 50 millions de dollars qui sont alloués au budget de la production. Est–ce qu'il y aurait possibilité d'augmenter le budget de la production? C'est une question hypothétique. Est–ce qu'une partie du budget de la distribution pourrait être donnée aux distributeurs indépendants? À ce moment–là, on pouvait augmenter.

[*Traduction*]

rapportent leur investissement. Cet investissement leur rapporte des choses très complexes mais intéressantes: non seulement les produits cinématographiques, mais aussi la connaissance et la compréhension mutuelles. C'est un reflet de l'identité canadienne. C'est la possibilité, non seulement d'examiner des questions nationales, mais aussi d'en avoir des perspectives régionales. Ce n'est pas une mince affaire de diffuser des programmes en français et en anglais et de découvrir les réalités mêmes de notre pays. Nous avons découvert un bon moyen de répondre aux exigences de la politique gouvernementale dans le domaine de la radiodiffusion en utilisant, avec beaucoup d'adresse, nos deux sociétés d'état.

Le président: C'est fort bien dit.

Nous avons beaucoup d'intervenants et très peu de temps. Interviendront dans l'ordre suivant, madame Gagnon, monsieur McKinnon, monsieur Hanrahan et moi–même. Allons–y.

Mrs. Gagnon (Québec): I am the member for Quebec, I therefore represent a riding which is far away from Ottawa. I have a few questions to ask you on the impact of past and future cuts. Where are you going to cut? In Quebec, we used to have a National Film Board entertainment centre. It has now been reduced to a distribution centre.

There will be other cuts. Are they going to have an impact in the regions? Your mandate is to reflect the cultural diversity of the country. If we have fewer services in the regions. . . It is also very important to support young producers.

For example, $50 million are earmarked for production. Would it be possible to increase that amount? This is a hypothetical question. Could part of the distribution money be given to independent distributors? Then there could be an increase.

• 0955

C'est important d'avoir un large éventail de production. Dans les marchés où on se dirige et où il y aura l'autoroute électronique, il serait important d'avoir un bassin de production.

Serait–il possible de réaménager le budget pour que la production monte?

Le président: Des réponses courtes, s'il vous plaît.

Mme Gagnon: Excusez–moi. On a confié aux bibliothèques le soin de distribuer cela comme cela se fait actuellement à Québec.

Mme Pennefather: Monsieur le président, les questions que M^me^ Gagnon vient de poser sont très importantes. Puis–je suggérer que nous y répondions par écrit? J'aimerais dire très brièvement que, depuis quelque temps, nos efforts pour augmenter les ressources de la production ont vraiment eu un résultat intéressant.

L'impact des coupures sera certainement difficile pour l'Office national du film, mais nous continuerons à produire partout au Canada. Vous avez vu, la dernière fois, la façon par laquelle on peut augmenter notre accès aux Canadiens et Canadiennes et il faut également voir l'éventail total de la diffusion des films.

Un petit mot sur Québec, Claude?

It is important to have a broad range of production. In the new markets with the information highway it would be important to have a pool of production.

Will it be possible to switch the funds around to increase the production budget?

The Chairman: A brief answer, please.

Mrs. Gagnon: I'm sorry. The libraries are in charge of distribution as is actually the case in Quebec.

Ms Pennefather: Mr. Chairman, Mrs. Gagnon's questions are very important. May I suggest that we reply to them in writing? I would like to say very briefly that for some time now our efforts to increase production resources have indeed met with some success.

The impact of cuts will certainly be felt by the National Film Board, but we will keep up with production everywhere in Canada. The last time around, you have seen how we can increase our access to Canadians and we have to look at the whole range of film distribution.

A quick word on Quebec, Claude?

[*Text*]

M. Bonin: En dépit des coupures, la collection reste toujours accessible par le biais de la bibliothèque, mais on ne peut pas tout faire. Donc, on est obligé de réduire certains centres comme cela a été fait à Québec et, s'il y a d'autres coupures, au moins on maintiendra ce service dans les bibliothèques pour que les collections soient admissibles.

Mme Gagnon: Auparavant, il y avait un service ONF Animation. Je le sais, j'y ai travaillé pendant quatre ans pour les distributeurs–producteurs indépendants à Québec et je sais que l'ONF servait beaucoup de centre d'animation où les jeunes qui avaient le goût de faire des productions cinématographiques pouvaient venir. Actuellement, c'est un vide.

On sait très bien que les jeunes cinéastes et les jeunes producteurs se tournent vers l'ONF et Téléfilm Canada, ce qui a donné des effets très positifs pour les jeunes créateurs.

Le président: Je dois vous suggérer d'approfondir votre réponse par écrit.

Mr. McKinnon, I'm sorry to interrupt. You had a question, I think?

Mr. McKinnon (Brandon—Souris): Thank you, Mr. Chairman.

It's very nice to have you back with our committee again.

My commendation on some of the language in your report. I was intrigued with "slippery marketplace" in particular. It was one of the phrases I noted.

I'm one of the people who in his other working career in education benefited for 33 years, and I commend you wholeheartedly for your assistance to the educational process. The information is distinctly Canadian and has maintained a flavour.

I was also intrigued, however, when I noted that you had been recataloguing your 9,000 products and making them available. To what extent do you feel that may impact positively on your revenues? In other words, do you feel you're going to be able to make a large impact by making it more available for home viewing?

The Chairman: If you have another question, perhaps you might just add it on so that we can get a tight little answer.

Mr. McKinnon: I'll stop with that one, sir.

The Chairman: All right.

Ms Pennefather: It is very difficult to predict. We would be pleased to give you some information in writing. The main reason for us venturing into video on demand is, of course, greater access to the collection. Our job is to go ahead and take the risks. We find it difficult to predict what the effect will be but we certainly think that it will have some ripple effect, if anything, on the purchase of video cassettes.

Laurie, do you want to quickly add any comment on that?

Ms Laurie Jones (Director, Communications and Distribution Services, National Film Board of Canada): I think it will help us in our position in terms of being content providers to many broadcasters as well. It is also part of our role in archiving Canada's audio–visual legacy. There are two roles involved there.

[*Translation*]

Mr. Bonin: Despite the cuts, there will still be access to our collection through the library but we cannot do everything. Therefore, we had to downsize some centres such in Quebec and, if there are other cuts, we will at least maintain that service in the libraries so that the collection is available.

Mrs. Gagnon: In the past, there used to be an NFB entertainment centre. I know so because I worked there for four years for independent producer distributors in Quebec and I know that the NFB was serving a lot of entertainment centres which attracted young people interested in film production. Presently, it is an empty shell.

It is a well–know fact that young filmmakers and young producers are looking to the NFB and to Télefilm Canada with very positive results for young creators.

The Chairman: I would suggest that you send a more detailed answer in writing.

Monsieur McKinnon, je m'excuse de vous avoir interrompu. Vous aviez une question, je crois?

M. McKinnon (Brandon—Souris): Merci, monsieur le président.

Nous sommes très heureux de vous accueillir de nouveau.

Je vous félicite de certaines des expressions utilisées dans votre rapport. J'ai été tout particulièrement intrigué par «marché hasardeux». C'est une des expressions que j'ai notées.

Je suis une de ces personnes qui dans son autre carrière, dans l'enseignement, a bénéficié pendant 33 ans de vos services et je vous félicite du fond du coeur de l'aide que vous avez apportée à l'éducation. Vos produits sont typiquement canadiens avec ce petit quelque chose d'inimitable.

Cependant, j'ai aussi été intrigué de noter que vous aviez recatalogué vos 9 000 produits pour les rendre plus universellement accessibles. Pensez–vous que cette initiative aura un impact positif sur vos recettes? En d'autres termes, pensez–vous que vous arriverez à toucher une plus grande clientèle en offrant vos produits sur vidéo–cassettes?

Le président: Si vous avez une autre question, vous pourriez peut–être l'ajouter tout de suite pour qu'on ait une réponse concise.

M. McKinnon: Je m'en tiendrai à celle–là, monsieur.

Le président: Très bien.

Mme Pennefather: C'est très difficile à dire. Nous nous ferons un plaisir de vous donner de plus amples renseignements par écrit. Si nous nous aventurons sur le marché de la vidéo–cassette, c'est bien entendu, avant tout, pour augmenter l'accès à la collection. Il faut prendre des risques. Il est difficile de dire si cela marchera mais nous sommes persuadés que pour le moins cela multipliera le nombre d'acheteurs de vidéo–cassettes.

Laurie, voulez–vous ajouter rapidement un mot ou deux à ce sujet?

Mme Laurie Jones (directrice des communications et des services de distribution, Office national du film du Canada): Je crois que cela renforcera notre position puisque nous serons également en mesure de fournir en permanence les radiodiffuseurs. Cela fait également partie de notre rôle d'archiviste du patrimoine audiovisuel canadien. Nous remplissons ainsi deux rôles.

[*Texte*]

Mr. McKinnon: That's a very exciting prospect for you.

The Chairman: One technical point, which I'm sure you're aware of. When you send us these answers, please do it through the committee clerk so that we can share the answers with everyone.

Mr. Hanrahan.

• 1000

Mr. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Thank you very much for appearing today. It is an excellent presentation.

I also am a former educator who has used NFB materials. I want to mention one, *Memorandum*, which I think was done in the late 1960s or early 1970s. It is probably the best explanation of the Holocaust I have ever come across in any form of media. It is superb.

Having said that, I want to ask a couple of quick technical questions. Your budget of $80 million has been decreasing $1.6 million a year for the last four years. I assume you're projecting this will continue.

Ms Pennefather: Yes, we have already cut on the books, going from the $80 million down to $74 million over the next four years. If there are further cuts, those cuts will be over and above that amount. So that's about $6.7 million in additional cut–backs.

Mr. Hanrahan: I also see you have $10 million in sales. Following up on what Mr. McKinnon was talking about, is this number going up or down?

Ms Pennefather: Laurie.

Ms Jones: The number is going up.

Mr. Hanrahan: I have here an advertisement for *Kid's View of Canada*, $26.95. If, as a teacher, I wanted to use this in my class, would I rent it? Would I get it for free? Would I have to pay the $26.95?

Ms Jones: You could rent it or you could pay $26.95 and use it as many times as you want.

Mr. Hanrahan: Are you finding, in terms of the educational aspect of it, schools are buying a fair number of these?

Ms Jones: Schools are buying a fair number. Sales are increasing to schools tremendously. Sales have registered about a 30% increase over the past year to schools.

Mr. Hanrahan: The $10 million, then, you would project is an increasing number. Are you placing more and more emphasis on marketing?

Ms Jones: Yes, we're placing more and more emphasis on distribution in terms of marketing, getting the products to the right groups of people, getting products into the hands of Canadians, getting more of our programs on television so we can reach audiences in different fashions.

Mr. Hanrahan: Twenty percent of stable employment in film and television industry is directly through your responsibility. How many people are we talking about here?

[*Traduction*]

M. McKinnon: Cette perspective doit vous passionner.

Le président: Un détail que vous ne devez certainement pas ignorer. Quand vous enverrez ces réponses, envoyez–les je vous prie au greffier du Comité afin que tout le monde puisse en profiter.

Monsieur Hanrahan.

M. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Merci beaucoup d'avoir comparu aujourd'hui. Excellent exposé.

J'ai également travaillé dans l'éducation et je me suis également servi des produits de l'ONF. Je tiens à en mentionner un en particulier, *Memorandum*, qui remonte à la fin des années soixante ou au début des années soixante–dix, je crois. C'est probablement le meilleur documentaire sur l'holocauste que j'ai jamais vu, tous médias confondus. C'est superbe.

Ceci dit, je tiens à vous poser quelques petites questions techniques. Votre budget de 80 millions de dollars est réduit de 1,6 million de dollars chaque année depuis quatre ans. Je suppose que vous vous attendez à ce que cela continue.

Mme Pennefather: Oui, les coupures sont déjà prévues. Au cours des quatre prochaines années nous devons passer de 80 à 74 millions. Si d'autres coupures sont décidées, elles seront en sus. Cela fait donc à peu près 6,7 millions de dollars de coupures de plus.

M. Hanrahan: Je vois également que vos ventes représentent 10 millions de dollars. D'après ce que vous venez de dire à M. McKinnon, ce chiffre va–t–il augmenter ou diminuer?

Mme Pennefather: Laurie.

Mme Jones: Augmenter.

M. Hanrahan: J'ai ici une publicité pour *Kid's View of Canada*, 26,95$. Si comme enseignant je voulais m'en servir dans ma classe, devrais–je le louer? Est–ce que ça serait gratuit? Devrais–je payer les 26,95$?

Mme Jones: Vous pourriez louer le film ou payer les 26,95$ et l'utiliser autant de fois que vous le voudrez.

M. Hanrahan: Est–ce que les écoles achètent pas mal de ces produits?

Mme Jones: Pas mal. Les ventes auprès des écoles augmentent énormément. Par rapport à l'année dernière il y a eu une augmentation d'environ 30 p. 100.

M. Hanrahan: Vous prévoyez donc une augmentation de ce chiffre de ventes de 10 millions de dollars. Est–ce vous mettez de plus en plus l'accent sur la commercialisation?

Mme Jones: Oui, nous faisons des efforts pour mieux cibler nos diverses clientèles, pour intéresser les Canadiens à nos produits, pour les faire diffuser à la télévision afin de multiplier nos auditoires.

M. Hanrahan: Vous êtes responsables de 20 p. 100 des emplois stables dans l'industrie du film et de la télévision. Qu'est–ce que cela représente?

[*Text*]

Ms Pennefather: At the National Film Board there are currently permanent staff of approximately 600, 625. At any one time, with the engagement of freelance film–makers and other people working for the National Film Board, there would be between 1,000 and 1,200 people working for the National Film Board. It could be more.

The Chairman: I'm afraid I'm going to have to intervene at this point and suggest, again, if there are further technical questions of that sort, you might want to—

Mr. Hanrahan: Could I just ask one final question?

The Chairman: Yes.

Mr. Hanrahan: It has to do with what Mr. Gallaway was asking before in terms of socially relevant documentaries. Again, I'd like you to just review the process of how you determine whether something is socially relevant. Who does that?

Ms Pennefather: It's an important question. Again, I'll include it in the response to how the programming process at the National Film Board works. It is a combination of our study of the environment in which we are working, both from the point of view of social issues and cultural issues, as well as various realities that strike Canadians.

The programming choices also are inspired by film–makers, both independent and resident of the National Film Board, vis–à–vis the issues they would like to address.

Occasionally we work with a number of government departments—as we did on the *Rights from the Heart* series—to address a current point, namely the rights of children around the world. We will take our lead largely from our assessment of the communities across this country and where they feel the needs go.

Barbara, who is directly responsible for those choices, both from outside and inside the board, will make the choice within the program year.

Mr. Hanrahan: Could you submit to us in writing the actual process you go through in determining how a film is selected or determined?

The Chairman: We'd all look forward to reading that.

I'll accept a quick question from Simon de Jong. That was an oxymoron.

Mr. de Jong (Regina—Qu'Appelle): I have a lot of questions to ask, Mr. Chairman. For example, in the international market surely there have to be a lot of opportunities as well with the 500–channel universe, etc. With all this increased capacity to broadcast and no corresponding increase in production, really, in terms of material on a world scale, there have to be a lot of opportunities there.

• 1005

Toward the end of your brief you suggest that as well as the public producer—the National Film Board—the CBC should use more private producers. Is there something to be said for the CBC getting out of production, other than news and sports, and using either NFB or private material?

[*Translation*]

Mme Pennefather: À l'Office national de film actuellement, le personnel permanent est d'environ 600 ou 625. Quand nous engageons des réalisateurs indépendants et d'autre personnel indépendant il arrive qu'il y ait de 1 000 à 1 200 personnes qui travaillent pour l'Office national du film. Parfois c'est même plus.

Le président: Je m'excuse d'avoir encore à intervenir mais si vous avez d'autres questions techniques de ce genre, il serait peut–être préférable. . .

M. Hanrahan: Est–ce que je pourrais poser juste une dernière question?

Le président: Oui.

M. Hanrahan: Tout à l'heure, M. Gallaway semblait ne pas être tout à fait certain de la portée sociale de vos documentaires. J'aimerais que vous m'expliquiez comment vous prenez ces décisions et qui les prend?

Mme Pennefather: C'est une question importante, nous y répondrons en même temps qu'à celle concernant la programmation. Bref, nous tenons compte de l'environnement dans lequel nous travaillons tant sur le plan des réalités sociales que des réalités culturelles ainsi que d'autres réalités importantes pour les Canadiens.

Les choix sont aussi inspirés par les questions qui intéressent les réalisateurs tant indépendants que permanents, de l'Office national du film.

À l'occasion nous travaillons avec un certain nombre de ministères gouvernementaux—comme nous l'avons fait pour la série *Rights from the Heart*, pour en citer une récente, série sur les droits des enfants dans le monde. C'est dans une grande mesure l'évaluation des besoins des diverses collectivités de notre pays qui dicte nos choix.

C'est Barbara, qui est directement responsable de ces choix pour les productions maison et les productions extérieures, qui prend les décisions pour l'année.

M. Hanrahan: Pourriez–vous nous indiquer par écrit la procédure suivie pour la sélection de ces films?

Le président: Nous lirons votre réponse avec beaucoup d'intérêt.

Monsieur Simon de Jong peut poser une toute petite question; parlez d'une contradiction!

M. de Jong (Regina—Qu'Appelle): J'ai beaucoup de questions à poser, monsieur le président. Par exemple, il est certain qu'il doit y avoir énormément de possibilités sur le marché international ainsi que dans cet univers multicanal, etc. Les capacités de diffusion croissant beaucoup plus rapidement que les capacités de production, je suis sûr qu'à l'échelle mondiale les occasions ne doivent pas manquer.

Vers la fin de votre mémoire vous suggérez que la Société Radio–Canada tout en continuant à faire appel au service du producteur public—l'Office national du film—devrait faire un peu plus appel au service des producteurs privés. Pensez–vous que, outre les nouvelles et les sports, Radio–Canada devrait se retirer de la production et faire appel soit au service de l'ONF ou soit à ceux de producteurs privés?

[*Texte*]

You also say that 70% of your production comes from private producers. What percentage of your budget would that be? What are the arguments pro and con for keeping a permanent production group as opposed to going to individual private producers every time you produce something, in other words, rather than keeping an in–house staff?

As well, I understand that you are doing also work on virtual reality. Is it possible to have a look at your Montreal lab in that interesting area?

Ms Pennefather: Mr. Chairman, considering the importance of those questions, I think it would be best to submit answers to the clerk.

Mr. de Jong and everyone on the committee is invited to visit the NFB and our cinerobotheque, which we spoke of last time. We can get a hands–on look at the potential for Canadian programming, both in this country and around the world.

I'm pleased you raised the international scope. It is still a challenge to maintain the level of Canadian programming, because as you so rightly said, all of this, inclusive of our comments on the CBC, depend on the continuing source—Canadian production. So we want to make clear that we think it is extremely important that the public broadcaster and the public producer continue to provide Canadian programming.

However, I would like to submit answers to your questions in a follow–up.

The Chairman: About 12 years ago I was actually a trustee of the Film Board. The problem at the time, and it's the same one the CBC has today, was that the overhead of fixed personnel, which is what Mr. de Jong was referring to vis–à–vis the money that has been freed up to do production. . .

Where have you gone in the last 10 or 15 years in terms of your permanent personnel, your in–house permanent staff? Your figure of 600 or 625—where do you think you're going to be in the next five years on that?

Ms Pennefather: The National Film Board still considers it very important to have a core staff of creatives in its Montreal centre. The whole point of the National Film Board in delivering Canadian product is to have a programming process that benefits from the wisdom of certain film–makers and the interests of young film–makers.

What we are currently reviewing with staff is the importance of renewal. So while we consider that we should have players within the institution, we have undertaken to look at ways to continually renew this creative staff. I'm proud to mention a program currently in English production that is bringing in four young film–makers to complete a documentary within three years at the National Film Board. We're also looking at a way to bring in a contractual arrangement with the concept of production, but I fundamentally believe in the principle of the public producer. Therefore the public broadcaster must be able to be responsible for and put its public policy objectives on the screen. This requires in–house production.

[*Traduction*]

Vous dites également que 70 p. 100 que votre production est réalisée par des producteurs privés. Quel pourcentage de votre budget cela représente–t–il? Quels sont les avantages et les inconvénients d'avoir un groupe de production permanent au lieu d'utiliser des producteurs privés? En d'autres termes, pourquoi gardez–vous ce groupe?

Je crois aussi savoir que vous travaillez sur la réalité virtuelle. Est–il possible de visiter votre laboratoire de Montréal pour voir ce que vous y faites?

Mme Pennefather: Monsieur le président, étant donné l'importance de ces questions, je crois qu'il serait préférable que je fasse parvenir les réponses à votre greffier.

Monsieur de Jong, vous êtes tous invités à visiter notre cinérobothèque dont nous vous avons parlé la dernière fois. Nous pourrions en profiter pour étudier sur place les possibilités de marché pour la programmation canadienne, tant sur le plan national qu'international.

Je suis d'ailleurs heureuse que vous ayez soulevé cette question du marché international. Maintenir le niveau de la programmation canadienne continue à être un défi car, comme vous l'avez dit avec raison, tout ceci, y compris nos commentaires sur Radio–Canada, dépend de la continuité de la source de production canadienne. Qu'il soit clair que nous estimons extrêmement important que le radiodiffuseur public et le producteur public continuent a assurer une programmation canadienne.

J'aimerais néanmoins compléter ma réponse à vos questions par écrit.

Le président: Il y a environ 12 ans j'ai été administrateur de l'Office du film. Le problème à l'époque, c'est le même que celui de Radio–Canada aujourd'hui, celui des salaires versés au personnel permanent, ce budget qui comme l'a dit tout à l'heure M. de Jong pourrait être consacré à la production. . .

Qu'elle a été l'évolution de vos effectifs permanents depuis 10 ou 15 ans? Vous avez cité le chiffre de 600 ou 625—qu'en sera–t–il d'ici 5 ans, d'après vous?

Mme Pennefather: L'Office national du film continue à estimer indispensable d'avoir une équipe de créateurs permanents à son centre de Montréal. Pour établir son programme de produits canadiens l'Office national du film estime nécessaire de faire appel à l'expérience de certains réalisateurs et aux idées nouvelles de jeunes créateurs.

Se renouveler est important et c'est la question que nous examinons actuellement avec notre personnel. Tout en continuant à estimer nécessaire d'avoir du personnel permanent, nous cherchons les moyens de renouveler continuellement ce personnel créatif. C'est avec fierté que je vous mentionnerais un programme actuel des productions anglaises auxquelles participent quatre jeunes réalisateurs qui ont trois ans pour terminer un documentaire pour l'Office national du film. Nous étudions aussi la possibilité d'arrangements contractuels au niveau de la production, mais je crois fondamentalement au principe de producteur public. Le radiodiffuseur public a la responsabilité de traduire sur les écrans les objectifs de la politique du secteur public. Les produits maison sont donc indispensables.

[*Text*]

The Chairman: Where were you fifteen years ago and where do you think you'll be in five years?

Ms Pennefather: I'm sorry. . .?

The Chairman: Coming back to the question about numbers, where were you fifteen years ago in terms of permanent staff and where do you expect to be in five?

Ms Pennefather: Overall the reduction has been significant. In our program review document we indicated a significant reduction in permanent staff from 1,160 in 1984, to 630 permanent staff covering all areas, not just production.

The Chairman: Do you have any sense of where you'll be five years hence?

Ms Pennefather: No, but I think you're reaching somewhat of a bottom line because the case has to be made that in order to undertake the mandate—as is the case with the CBC's broad and challenging mandates—you need a certain number of people working within the organization.

• 1010

The Chairman: Thank you very much. We thank you for coming back to us. It's been an informative session. We look forward to getting your written answers. Sorry to keep you longer than we intended, but that's your fault; you were too interesting.

We'll take a five–minute break and then come back.

Mr. de Jong: Mr. Chairman, I don't know if this is quite a point of order, but could we consider as well as a committee to go down to Montreal to visit the National Film Board?

The Chairman: I think that would be great, sure. I think we should make that part of our future work.

An hon. member: A round trip.

The Chairman: A round trip. We have to come back, yes.

• 1012

[*Translation*]

Le président: Où étiez–vous il y a 15 ans et où pensez–vous être dans cinq ans?

Mme Pennefather: Je m'excuse. . .?

Le président: Je reviens à mes chiffres, quels étaient vos effectifs permanents il y a 15 ans et que seront–ils selon vous dans 5 ans?

Mme Pennefather: Globalement la réduction a été importante. Dans notre document d'examen des programmes nous avons indiqué une réduction importante du personnel permanent qui est passé de 1 160 en 1984 à 630, pour tous les services, pas seulement pour la production.

Le président: Avez–vous une idée de ce qu'ils seront d'ici 5 ans?

Mme Pennefather: Non, mais je crois qu'il sera difficile de descendre plus bas parce que pour remplir notre mandat—comme c'est le cas de Radio–Canada dont les mandats sont tellement vastes et exigeants—il y a un seuil minimum pratiquement infranchissable.

Le président: Merci beaucoup. Nous vous remercions d'être revenu nous voir. Cette réunion a été instructive. Nous attendrons avec impatience vos réponses par écrit. Je m'excuse de vous avoir gardé plus longtemps que nous ne l'avions prévu mais c'est votre faute, vous êtes trop intéressantes.

Nous allons faire une pause de cinq minutes et nous reprendrons la séance.

M. de Jong: Monsieur le président, je ne sais si c'est véritablement un rappel au Règlement, mais pourrions–nous, j'entends notre Comité, envisager de nous rendre à Montréal pour visiter l'Office national du film?

Le président: Ce serait magnifique, certainement. Nous devrions l'inscrire à notre programme.

Une voix: Un aller–retour.

Le président: Un aller–retour, oui, il faudra revenir.

• 1016

Le président: Messieurs et mesdames, à vos places, s'il vous plaît.

I assume, Mr. Johnson, you are not accompanied by Mr. Malo. Is that correct?

Mr. Dan Johnson (Executive Director, Canadian Association of Film Distributors and Exporters): That's correct, Mr. Chair. Mr. Malo unfortunately is not able to be with us here today.

The Chairman: Well, let's start. Our constantly revolving cast of associates will be delighted to hear you and they will drift in from all over the known parts of the universe. This is the way of the world.

The Chairman: Ladies and gentlemen, order, please.

Je présume, monsieur Johnson, que M. Malo ne vous accompagne pas. Ai–je raison?

M. Dan Johnson (directeur exécutif, Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films): En effet, monsieur le président. Malheureusement, M. Malo ne peut être des nôtres aujourd'hui.

Le président: Très bien, commençons. Les membres de notre équipe, qui changent continuellement, seront enchantés de vous entendre en arrivant d'un peu partout dans le monde. C'est comme ça à notre époque.

[*Texte*]

So we welcome the Canadian Association of Film Distributors and Exporters. We're looking forward to your presentation and your views on the CBC.

Mr. Johnson: Thank you, Mr. Chairman.

Mr. Chairman and members of the committee, my name is Dan Johnson. I want to say at the very outset I have never run for any office.

The Chairman: Lucky you.

Mr. Johnson: I have never participated in the public process. I have a similar name to other people, but I am my own individual. I have perhaps many famous others of a similar name and no kin.

I am the executive director of the association. I'm accompanied here today by Madame Carole Boudreau, the association's executive secretary, and we're here today on behalf of the Canadian Association of Film Distributors and Exporters, *l'Association des distributeurs et exportateurs de films*.

I'd like to talk about the mission of the distributors association, just so you have a sense of who we are and what we're about. You're looking at different parts of the universe, so I think it might be useful for us to just spend a moment to identify where we are from in that.

Our association represents the Canadian–owned and controlled distributors of motion pictures. In general terms the association's mission is to foster and promote the health of the motion picture industry by strengthening the Canadian–owned and controlled distribution export sector.

To accomplish this mission, the two primary objectives are to improve the commercial viability of Canadian films and the effective distribution and export of them here in Canada and abroad, and to improve the economic viability of the Canadian distribution sector by establishing Canada as a commercially distinct market from the United States. This is a very large issue for us, although it's really not part of a review of the CBC. In terms of the things that interest us and what we're seeking to do, those are very important elements of what we're about.

• 1020

We will address the issue set out in the guidance document as soon as we raise a number of issues relating to context that we believe are worth considering at the outset.

The most important issue facing the nation today is the issue of the preservation of culture. More specifically, what is the place of Canadian entertainment in the technologically convergent and transnational world of the information highway? What are we, as taxpayers in the nation, paying to defend if not culture?

While we would like to be the authors of this argument, we are not. The Directors Guild in its written presentation to you of October 5 referred to it as the Griffiths option. An article in *The Globe and Mail* by Michael Valpy sets out the Griffiths thesis in blunt terms: "The Tongueless Man Gets His Land Took." A copy of that article is attached so you can read it at your leisure.

[*Traduction*]

Je souhaite donc la bienvenue aux représentants de l'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films. Nous avons hâte d'entendre votre exposé et de connaître vos opinions sur Radio–Canada.

M. Johnson: Merci, monsieur le président.

Monsieur le président, mesdames et messieurs, je m'appelle Dan Johnson. J'aimerais commencer par dire que je n'ai jamais été candidat à une charge publique.

Le président: Chanceux.

M. Jonhson: Je n'ai jamais participé à la vie publique. Mon nom ressemble à celui d'autres personnes, mais je suis moi–même. Tous mes homologues qui sont très connus ne me sont pas apparentés.

Je suis le directeur exécutif de l'association. Je suis accompagné de madame Carole Boudreau, la secrétaire générale de l'association. Nous représentons ici aujourd'hui l'Association canadienne des distributeurs et d'exportateurs de films, *the Canadian Association of Film Distributors and Exporters*.

J'aimerais vous parler de la mission de l'association afin que vous compreniez qui nous sommes et ce que nous faisons. Votre examen porte notamment sur diverses régions du globe et je pense donc qu'il serait utile que nous passions quelques instants à vous expliquer où nous nous situons dans le contexte mondial.

Notre association représente les distributeurs de longs métrages d'origine et de contrôle canadiens. D'une façon générale, notre mission consiste à stimuler et à promouvoir la santé de l'industrie du long métrage en renforçant le secteur de l'exportation des films d'origine et de contrôle canadiens.

À cette fin, nous visons dans un premier temps à améliorer la viabilité commerciale des films canadiens et l'efficacité du réseau de distribution et d'exportation, ici au Canada et à l'étranger et ensuite à améliorer la rentabilité économique du secteur canadien de la distribution en faisant la promotion du Canada comme marché distinct des États–Unis. Cet aspect revêt la plus grande importance pour nous bien qu'il ne fasse pas vraiment partie de l'examen de Radio–Canada. Toutefois, ces éléments très importants sont ceux qui nous intéressent et ce que nous tentons de réaliser.

Nous aborderons la question définie dans le document d'information, mais auparavant, nous aimerions soulever plusieurs questions connexes qu'il importe à notre avis d'examiner au départ.

La question la plus importante auxquelles nous faisons face aujourd'hui, comme nation, c'est celle de la préservation de notre culture. Plus précisément, quelle est la place du divertissement canadien dans un monde où la technologie et l'internationalisme convergent sur l'autoroute de l'information? Comme contribuables de cette nation, n'est–ce pas la culture que nos deniers cherchent à défendre?

Nous aimerions être à l'origine de cet argument, mais ce n'est pas le cas. Dans le mémoire qu'ils vous ont remis le 5 octobre, les représentants de l'Association des réalisateurs vous ont parlé de l'option Griffiths. Un article de Michael Valpy dans *The Globe and Mail* présente la thèse Griffiths de façon claire: «The Tongueless Man Gets His Land Took» (Qui perd sa langue perdra son identité). Nous avons joint copie de cet article afin que vous puissiez le lire à votre convenance.

[*Text*]

It's an interesting theory of Griffiths and is summarized by Valpy. The thrust of it is that what do we, as taxpayers and policy–makers, pay to defend if not a nation's culture? If one accepts that one of the primary reasons for a country to exist is the culture of its people, then the question becomes how do we protect, foster, and promote our country's culture? For us this is the context of the deliberations.

I think at the outset it would be worth mentioning that when we talk about culture we're not necessarily talking about ballet or opera. Those things are terrific, and high art is fabulous, but we in the motion picture industry are in the business of popular culture. We're interested in mass culture, and of course the Canadian Broadcasting Corporation is involved in the business of radio and television.

We're focusing our comments on television, but television is definitely a mass–culture item. This isn't something that's limited; it's not high art and it's not elitist. I believe culture, on a mass–culture basis, is crucially important to people of all cultural backgrounds

Our members work in the world of theatrical feature films. Motion pictures have always been magic carpets for the communication of their creators' unique cultural points of view. That is what makes them different and distinct from others, what makes them special.

Motion pictures have always been powerful tools for the dissemination of dreams. The universal perception of the United States of America as "the land of the free and the home of the brave" has been part of film lore for almost 100 years. That image of the United States preceded that, but film as a medium has been around for 100 years and television has been around much less than that. It is impossible to distinguish between myth and reality. We don't know what the reality is, but we certainly know there's a powerful myth that this is what the United States is. This is the power of dreams.

What happens to a country that doesn't have its own motion picture industry? Such a country does not have the capacity to tell its history, does not have the ability to communicate its hopes, fears, dreams, mythology and poetry through the most powerful of mediums. Motion pictures are not just business or industry, they are culture. Culture is what can make a ribbon of population on the habitable northern fringe of a huge continent a people with something in common, whatever their location or their language.

In answer to the question of what does free television have to do with theatrical feature films, the answer is a great deal. In an orderly marketplace a motion picture is released first in theatres, then on video cassettes, then made available to viewers by means of pay–per–view, pay, and free television.

The importance of free television to the exposure of Canadian motion pictures to the Canadian public should not be underestimated. It is the well–publicized view of the chairman of our organization, René Malo, who's also chairman of Malofilm Distribution, that it is in the television windows that most Canadians see Canadian feature films. Millions of viewers see our films on the CBC and SRC. CBC financing enables these films to be produced.

[*Translation*]

La théorie de Griffiths est intéressante et Valpy la résume. Essentiellement il s'agit de savoir ce que nous, contribuables et responsables politiques défendront avec notre argent si ce n'est la culture de la nation? Si l'on accepte que l'une des principales raisons d'existence d'un pays, c'est la culture de son peuple, ne faut–il pas alors déterminer comment protéger, stimuler et promouvoir la culture de notre pays? C'est dans ce contexte, à notre avis, que s'insèrent vos délibérations.

Peut–être faudrait–il mentionner que lorsque nous parlons de culture, nous ne parlons pas nécessairement du ballet ni de l'opéra. Ce sont des arts formidables, le grand art est merveilleux, mais nous de l'industrie du long métrage, sommes dans le domaine de la culture populaire. Nous nous intéressons à la culture de masse, et évidemment, la Société Radio–Canada est dans le domaine de la radio et de la télévision.

Nos propos porteront sur la télévision, la télévision qui est très certainement un élément de la culture populaire. Il ne s'agit pas d'un art limité, d'un art élevé, d'un art élitiste. À notre avis, la culture populaire, est d'une importance cruciale pour tous, quels que soient leurs antécédents culturels.

Nos membres oeuvrent dans l'univers des longs métrages. Les films ont toujours servi de tapis magiques aux créateurs pour communiquer leur point de vue culturel unique. C'est ce qui les rend différents et distincts des autres, spéciaux.

Les films ont toujours constitué un moyen puissant de propager les rêves. La perception universelle que les États–Unis sont «la terre de liberté et la patrie des braves» fait partie de la tradition cinématographique depuis presque un siècle. Cette image des États–Unis existait déjà, mais le film qui la propage existe depuis environ 100 ans et la télévision date de bien moins longtemps. Il est impossible de distinguer le mythe de la réalité. Nous ne savons pas ce qu'est la réalité, mais nous connaissons certainement ce mythe puissant que nous dépeint les États–Unis. C'est le pouvoir du rêve.

Qu'arrive–t–il à un pays qui ne possède pas sa propre industrie du film? Un tel pays n'a pas à sa disposition le média le plus puissant pour raconter son histoire, communiquer ses espérances, ses craintes, ses rêves, ses mythes et sa poésie. Les longs métrages ne sont pas uniquement question d'affaire ou d'industrie, c'est la culture. La culture, c'est ce qui donne quelque chose en commun, quel que soit leur emplacement ou leur langue, un mince filet de population à la bordure septentrionale habitable d'un énorme continent.

Quelle est la relation entre la télévision gratuite et le long métrage, elle est énorme. Dans un marché bien ordonné, un long métrage sort d'abord dans les cinémas, ensuite sous forme de vidéo–cassettes; il est ensuite offert en formule de télé payante et enfin, gratuitement à la télévision.

Il ne faut pas sous–estimer l'importance de la télévision gratuite dans la présentation de films canadiens au public canadien. C'est une opinion connue du président de notre association, M. René Malo, qui est également président de Malofilm Distribution, que c'est à la télévision que la plupart des Canadiens voient les longs métrages canadiens. Des millions de téléspectateurs visionnent nos films sur CBC et SRC. C'est le financement de Radio Canada qui permet de réaliser ces films.

[*Texte*]

We do not comment on the radio operations of either the CBC or SRC, but confine ourselves to the television operations. We deal with them in turn and do so from our point of view as private sector creators and marketers of content.

• 1025

We're not in the delivery system business. We're not the cable company. We're not satellite. We're not cellular. We are the people who supply the content, whatever the technology. We supply what consumers watch in the form of motion pictures and television programs and the challenge of the emerging multi-channel universe is the challenge of ensuring that new programming services and new means of delivering those services to consumers operate in such a way as to enhance the ability of Canadians to express themselves creatively and artistically, particularly through dramatic entertainment programming, specifically including motion pictures.

It is our view that Canadian cultural expression cannot exist without measures to foster and promote the creation and marketing of Canadian content dramatic entertainment programming. We're not going to have it unless we do something about it. Without Canadian cultural expression through such media as dramatic entertainment programming, it will likely not be long before English Canada is simply a colder version of the United States.

This leads us now to a consideration of your questions, which we will address separately in terms of the CBC and then in terms of SRC.

What is the role of the CBC in the multi-channel universe? The CBC needs to be distinctly Canadian. It needs to be more distinctly Canadian than Canada's private broadcasters, who do not have access to the public purse. It is essential that it be very different from U.S. broadcasters. This can be further achieved by restricting CBC programming to Canadian-content programs, particularly drama, and the best non-American programming available from around the world.

Only by being distinct will the CBC stand apart from services that run U.S. programming. Only by being distinct will the CBC have a chance, in the multi-channel universe, of being valuable to the people who pay for it and the country it speaks for.

As both program suppliers and taxpayers, we do not see the utility of providing public money to a service that, when it runs U.S. programming, is virtually indistinguishable from other broadcasters, including U.S. broadcasters. We do not object to the CBC running advertising on Canadian programs. We do object to the CBC competing with private broadcasters by running popular American programs and selling advertising on these shows.

A publicly supported entity bidding up the cost of U.S. product and then competing with the private broadcasters for advertising on such program looks to us to be a Faustian bargain or a deal with the devil. Perhaps this committee will be able to ensure that the CBC is distinctly Canadian throughout its schedule and to focus on what is worth paying Canadian public money for—Canadian content.

[*Traduction*]

Nous ne dirons rien sur les services radio de CBC ou de SRC, nous voulons nous limiter aux services télévision. Nous allons aborder chaque réseau séparément dans notre optique de créateurs du secteur privé et de vendeurs du contenu.

Nous ne sommes pas dans le domaine de la prestation du service. Nous ne sommes pas une entreprise de câblodistribution. Nous n'exploitons ni satellite ni dispositif cellulaire. Nous fournissons le contenu, quelle que soit la technologie de livraison. Nous fournissons ce que regardent les consommateurs sous forme de longs métrages et d'émissions de télévision. Le défi de l'univers naissant multicanal est de s'assurer qu'on offrira de nouveaux services de programmation et de nouveaux moyens de les offrir aux consommateurs d'une façon à accroître la possibilité des Canadiens de s'exprimer d'une façon créatrice et artistique, surtout grâce à une programmation dramatique qui inclut plus particulièrement les longs métrages.

À notre avis, l'expression culturelle canadienne ne saurait exister sans mesures destinées à favoriser et à promouvoir la création et la commercialisation d'une programmation dramatique à contenu canadien. Or ce ne sera pas le cas à moins que nous ne prenions les mesures qui s'imposent. Sans expression culturelle canadienne dans des émissions dramatiques, il ne faudra probablement pas longtemps avant que le Canada anglais ne soit simplement une version plus froide des États-Unis.

Nous en venons ainsi à aborder les questions de votre mandat, ce que nous ferons d'abord pour CBC et ensuite pour SRC.

Quel est le rôle de CBC dans l'univers multicanal? Il faut que CBC soit clairement canadien, beaucoup plus que les télédiffuseurs canadiens privés qui n'ont pas accès aux deniers publics. Il est essentiel d'être très différent des télédiffuseurs américains. On pourrait réaliser cet objectif dans une plus grande mesure en limitant la programmation de CBC à des émissions à contenu canadien, particulièrement des émissions dramatiques et la meilleure programmation non-américaine provenant d'un peu partout au monde.

Ce n'est qu'en étant distincte que CBC se distinguera des services qui offrent une programmation américaine. Ce n'est qu'en étant distincte que CBC a une chance, dans l'univers multicanal de servir ceux qui paient le service et le pays dont elle est le porte-parole.

Comme fournisseurs d'émissions et comme contribuables, nous ne voyons pas l'utilité de subventionner un service qui par sa programmation américaine ne se distingue, à toutes fins utiles pas du tout des autres télédiffuseurs, y compris ceux des États-Unis. Nous n'avons aucune objection à ce que CBC présente des annonces publicitaires au cours d'émissions canadiennes. Nous nous opposons par contre à ce que CBC fasse concurrence aux télédiffuseurs privés en présentant des émissions américaines populaires et en y vendant des publicités.

C'est le marché de Faust ou un marché avec le diable que de permettre qu'un organisme financé par les deniers publics puisse faire augmenter le coût du produit américain par sa surenchère pour ensuite faire concurrence aux télédiffuseurs privés dans la vente de publicités au cours de ces émissions. Votre Comité sera peut-être en mesure de s'assurer que CBC est nettement canadien par sa grille horaire et que le réseau mettra l'accent sur ce qui vaut vraiment la peine pour les contribuables canadiens, le contenu canadien.

[*Text*]

Two, examine how the CBC plans to provide its mandated services in the multi-channel universe within its projected fiscal situation. As to the CBC's means of achieving the revised mandate that we've suggested above, we offer suggestions.

In terms of new revenue to replace the reduction in advertising revenue from U.S. programming, we would suggest that if Canadian culture is a priority to the Canadian people then perhaps money should be reallocated from areas such as defence to areas that are in dire need of defence: Canadian cultural expression in popular media such as film and television.

We want to emphasize here that this is not a dig at defence. We mention defence in terms of what is worth defending. It's a question of what kind of priority it is for the people of Canada, now and in the future, to have a culture, to have a culture in addition to the French-language culture, which is recognized clearly as distinct, and having an Anglo culture that is in dire jeopardy of having its distinctiveness between ourselves and our vital, vibrant, energetic neighbour to the south made virtually indistinguishable.

We believe the debate should focus on the rationale for having a country. The people of this country have cultures, particularly French and English, that are worthy of expression.

The financing of Canadian dramatic productions, feature films and made-for-television programs should be examined in the context of all relevant media, theatrical exhibition, home video, pay-per-view television, pay television, specialty television and free television. This is one of the things that we have in this multi-channel universe.

With evolving technology we have different windows, windows that didn't exist not that long ago and now are absolutely part of the marketplace, part of the milieu, part of the reality and the relevant players in each medium. In television, this obviously includes CBC and the private broadcasters.

• 1030

As to making the money go further, we endorse completely the recommendations of the production community to the effect that CBC should be contracting out its drama production. By moving drama production to the private sector, independent producers will be able to use the financing and entrepreneurial tools at their disposal to turn a fraction of the cost of a production, paid by the CBC as a licence fee, into a fully financed production. This builds private sector employment and firms and saves the public money.

The third point is the impact of advertising and assessing the feasibility of a range of alternative revenue-generating mechanisms that could lead to a reduction of the corporation's dependence on advertising revenues. As alluded to above, it is our judgment that the impact of the CBC selling advertising for U.S. programming includes the following.

When there are U.S. programs being run on CBC, the CBC is the equivalent of and not distinct from any other broadcaster that is running U.S. programming.

[*Translation*]

Deuxièmement, examinons comment CBC a l'intention, compte tenu de sa situation financière anticipée d'offrir les services qui relèvent de sa responsabilité dans un univers multicanal. Comment CBC pourra-t-il exécuter son mandat révisé? Nous avons quelques suggestions à cet sujet.

En ce qui concerne de nouvelles sources pour remplacer la perte de revenus publicitaires qui provenaient des émissions américaines, nous suggérons que si la culture canadienne est prioritaire pour les Canadiens, peut-être pourrait-on aller chercher dans d'autres budgets, comme celui de la défense, l'argent nécessaire à défendre autre chose: la culture canadienne telle qu'elle s'exprime dans les médias populaires comme le film et la télévision.

Nous tenons à souligner ici que nous n'en voulons pas à la défense. Nous parlons de défense parce qu'il y a des choses qui valent la peine d'être défendues. Il s'agit de savoir si c'est une priorité pour la population canadienne, maintenant et à l'avenir d'avoir une culture, une culture en plus de la culture de langue française qui est clairement distincte, d'avoir une culture anglaise qui risque fort de perdre tout caractère distinct vu la proximité de notre voisin du sud, si vibrant et énergique.

À notre avis, le débat doit porter sur la justification d'être un pays. La population de notre pays possède des cultures, surtout la culture française et anglaise qui méritent de s'exprimer.

Le financement des réalisations dramatiques canadiennes, des longs métrages, des émissions pour la télévision doit faire l'objet d'un examen dans le contexte de tous les médias, les présentations dramatiques, les vidéos à domicile, la télévision par émission, la télé payante, les émissions de chaînes spécialisées et la télévision gratuite. C'est l'un des aspect de cet univers multicanal.

Avec l'évolution de la technologie, différents moyens s'offrent à nous qui n'existaient pas encore tout dernièrement mais qui font tout à fait partie du marché maintenant, qui font partie du milieu, de la réalité des intervenants. Dans le cas de la télévision, manifestement, cela inclut CBC et les télédiffuseurs privés.

Afin de faire le meilleur usage possible de l'argent, nous appuyons complètement les recommandations des réalisateurs, à savoir que CBC devrait donner ses productions dramatiques à contrat. En faisant appel au secteur privé, les producteurs indépendants seront en mesure, en utilisant les outils de financement et de commercialisation à leur disposition, d'aller chercher le financement nécessaire grâce aux droits de licence qui représentent une fraction du coût de production par CBC. On crée ainsi de l'emploi dans le secteur privé, on épaule les entreprises et on épargne les deniers publics.

Troisièmement, il y a l'incidence de la publicité ainsi qu'une évaluation de la rentabilité de toute une gamme de mécanismes producteurs de recettes qui pourraient rendre CBC moins tributaire des recettes publicitaires. Comme nous l'avons déjà mentionné, à notre avis, le fait que CBC vend la publicité diffusée au cours d'émissions américaines a les répercussions suivantes.

Lorsque CBC diffuse des émissions américaines, la Société d'État ne se démarque pas des autres télédiffuseurs qui offrent une programmation américaine.

[*Texte*]

When the CBC is buying U.S. programming, it is competing with private broadcasters, both for the product and for advertising revenue, while they receive public money, which their private sector counterparts don't have, to do so.

The CBC schedule comes to be occupied with programming that the CBC presumably would not be running were it not for their obligation to generate advertising revenue.

These comments do not apply to advertising sold for Canadian programming, which we do not object to.

As to alternative revenue–generating mechanisms, we respectfully urge the committee to determine the extent of the political will to support Canadian culture as a priority at this point in the country's history, with its fiscal challenges and questions as to its future. If the committee determines that Canada's culture and future is worth fighting for, that the political will exists to fight for the culture of this country's people, then the financing will be found.

On that point, I want to mention an expression in a paper I just started reading last night. Someone has suggested that in Canada you don't want to say there is a vision of Canada, but what you do want to say is there is the vision of Canadians, because whatever an individual's cultural background is—francophone, anglophone, aboriginal Canadian—they have their own cultural perspective, they have their own identity, who it is they are, what it is that is unique and special about them that they arrive at the party with. The ability to deal with that and the ability to express that is something CBC and SRC deal with, and it's something we need to be proactive in, in terms of the future, or we simply are not going to have... I believe we'll always have a distinctive francophone culture; the anglophone culture I'm far less certain about.

As to the SRC, my colleague, the executive secretary of the association, Madame Carole Boudreau, will address those questions from the SRC perspective.

Mme Carole Boudreau (secrétaire exécutive, Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films): Le rôle et la mission de la Société Radio–Canada et de CBC: La Loi sur la radiodiffusion stipule clairement, à l'article 3, la mission et le rôle de la Société Radio–Canada en y précisant que la Société Radio–Canada se doit d'offrir des services de radio et de télévision comportant une très large programmation qui renseigne, éclaire et divertit, une programmation qui se doit d'être principalement et typiquement canadienne, reflétant la globalité canadienne comme la diversité régionale, et de qualité équivalente, tant en français qu'en anglais.

On a longuement discuté de tout cela à maintes reprises, et nous croyons qu'il est plus que temps de passer réellement à l'action.

Notre présence devant vous aujourd'hui a pour but de vous souligner l'importance qui doit être accordée à la programmation. Il nous semble essentiel de vous rappeler que ce qui importe avant tout, c'est la programmation, ce qui va en ondes.

Nous croyons que les ressources financières de la Société Radio–Canada devraient être majoritairement destinées aux programmes, cela dans le but de présenter la meilleure programmation possible.

[*Traduction*]

Lorsque CBC achète des émissions américaines, le réseau est en concurrence avec les télédiffuseurs privés tant pour le produit que pour les revenus publicitaires tout en recevant des fonds publics auxquels le secteur privé n'a pas accès.

La grille horaire de CBC devient chargée d'émissions que CBC ne diffuserait probablement pas n'était–ce son obligation de générer des revenus publicitaires.

Nos commentaires ne s'appliquent pas dans le cas de la publicité au cours d'émissions canadiennes ce à quoi nous n'avons aucune objection.

En ce qui concerne d'autres mécanismes producteurs de recettes nous exhortons respectueusement les membres du Comité à déterminer jusqu'à quel point le désir politique existe, à ce moment–ci de notre histoire, d'appuyer en priorité, la culture canadienne à la lumière des défis financiers et des questions qui se posent sur notre avenir. Si le Comité estime que la culture du Canada et son avenir valent la peine d'être défendus, que le désir politique existe de défendre la culture de la population de notre pays, alors on trouvera le financement.

Justement à ce sujet, j'aimerais mentionner quelque chose que j'ai lu dans un mémoire que j'ai commencé à lire hier soir. Quelqu'un suggérait qu'au Canada, on ne veut pas prétendre qu'il y a une vision du Canada, mais bien plutôt qu'il y a une vision des Canadiens, car quels que soient les antécédents culturels d'une personne, francophone, anglophone, autochtone, chacun a son propre point de vue culturel, sa propre identité, qui que nous soyons, ce qui est particulier et spécial aux Canadiens. La capacité de faire face à cette situation et de l'exprimer, voilà ce que doit faire CBC et SRC et nous devons, à l'avenir, intervenir énergiquement, sinon nous n'aurons tout simplement pas... Je pense que nous aurons toujours une culture francophone distincte; dans le cas de la culture anglophone, j'en suis beaucoup moins convaincu.

En ce qui concerne la SRC, ma collègue, la secrétaire exécutive de l'association, M^me^ Carole Boudreau, abordera les mêmes thèmes du point de vue de la Société Radio–Canada.

Ms Carole Boudreau (Executive Secretary, Canadian Association of Distributors and Exporters of Film): Clause 3 of the Broadcasting Act states clearly that the mission and role of Société Radio–Canada are to provide radio and television services incorporating a wide range of programming that informs, enlightens and entertains; programming that should be predominantly and distinctly Canadian, reflect Canada and its regions to national and regional audiences, and strive to be of equivalent quality in English and French.

This has been discussed again and again, and we feel that the time has come to get on with it.

If we are here today, it is to underline the importance that programming must be given. It seems essential to us to remind you that the first consideration must be programming, what gets on the air.

We feel that the SRC's financial resources must be mainly used for programs, in order to present the best possible programming.

[*Text*]

Lorsque je parle de Société Radio–Canada, cela s'applique tout aussi bien à CBC. Mon texte est en français, et il faut englober les deux.

À cet effet, nous sommes totalement d'accord sur les recommandations présentées dans le mémoire de l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec. Cependant, nous déplorons que l'APFTQ n'ait pas donné plus d'importance à la programmation de longs métrages canadiens. Cela s'explique par le fait que les producteurs de films sont de moins en moins nombreux en proportion des producteurs de télévision.

• 1035

La diminution du nombre de producteurs de films s'explique par le fait qu'au Canada, les chaînes de cinéma appartiennent très majoritairement aux Américains et que plus de 90 p. 100 des films sont distribués par des sociétés américaines, contrairement à la télé qui, elle, est soumise à des critères de propriété et de quotas canadiens auxquels le cinéma n'a jamais eu droit.

Notre cinématographie est en train de disparaître faute de volonté politique de la supporter. Donnez la propriété de Radio–Canada aux Américains et enlevez les quotas, et les émissions canadiennes disparaîtront instantanément.

La cinématographie d'un pays est un élément essentiel à sa culture, et nous croyons fortement qu'une télévision d'État a aussi pour rôle de soutenir et de promouvoir sa production cinématographique. Alors qu'en France, les apports de la télévision à la production cinématographique nationale représentent de 20 à 60 p. 100 des budgets de production, ici, au Canada, c'est de 5 à 15 p. 100.

L'apport de la télévision est d'une importance capitale dans la production d'un film, tant d'un point de vue économique que culturel. À défaut d'une volonté politique de soutenir de façon réelle une cinématographie nationale, il est inutile de s'illusionner sur de possibles améliorations.

Radio–Canada affecte une partie de ses budgets à l'acquisition de longs métrages américains. Conséquemment, nos films canadiens en souffrent. À cause d'une absence de lois visant à protéger notre marché, le cinéma américain occupe déjà très largement toutes les fenêtres, soit les salles, le vidéo et la télévision, tant payante que conventionnelle.

Les télévisions privées ne font place qu'au cinéma américain. Malgré nos nombreuses représentations devant le CRTC, celui–ci a toujours refusé d'imposer des quotas de films canadiens aux télédiffuseurs canadiens.

Pour contrecarrer cet effet dévastateur sur notre cinématographie et la culture cinématographique des Canadiens, Radio–Canada et CBC doivent d'abord programmer des films canadiens et des films de pays autres que les États–Unis afin que les Canadiens aient une vision du monde autre que celle des Américains. Ce n'est surtout pas le rôle de la Société Radio–Canada que de concurrencer la télévision privée en se portant acquéreur de *packages* de films américains et en faisant ainsi la promotion de la cinématographie américaine. C'est la réalité actuellement.

Si l'on en croit les données du mémoire de l'Association canadienne des radiodiffuseurs au CRTC en décembre 1992, les secteurs de l'information et du sport accaparent plus de 65 p. 100 des dépenses de programmation canadienne des

[*Translation*]

When I speak of Société Radio–Canada, the same thing applies to the Canadian Broadcasting Corporation. My text is in French, but you must understand that I'm speaking about both networks.

In this context, we are in complete agreement with the recommendations presented in their brief by the *Association des producteurs de films et de télévision du Québec*. Nevertheless, it is unfortunate that the APFTQ did not stress to a greater degree Canadian feature movies in programming. This can be explained by the fact that there are less and less movie producers compared with television producers.

The number of film producers has decreased because in Canada, nearly all the movie chains are American–owned, and more than 90% of all films are distributed by American companies. In contrast, the television industry is subject to ownership requirements and Canadian quotas that the movie industry has never benefitted from.

Our motion picture industry is disappearing because there is no political will to support it. Hand over the ownership of the CBC to the Americans, remove the quotas, and Canadian programs will disappear overnight.

A country's movie picture industry is an essential part of that country's culture, and we strongly believe that public television also has a mandate to support and promote film production. In France, the contribution of the television industry to that country's film production represents between 20 and 60% of total production budgets, whereas here in Canada, that figure ranges between 5 and 15%.

Television makes an extremely important contribution to film production, from both an economic and a cultural standpoint. Unless there is a political will to truly support a national motion picture industry, there is no point in kidding ourselves about possible improvements.

Part of the CBC's budget is allocated for acquiring American feature films. Our Canadian films suffer as a result. Because there is no legislation to protect our market, American films already dominate in nearly all areas, including theatres, video, conventional television and pay–per–view.

Private television networks only feature American films. Despite our many representations before the CRTC, it has always refused to place quotas for Canadian films on Canadian broadcasters.

To offset this phenomenon, which has a devastating effect on our motion picture industry and the film culture of Canadians, Radio–Canada and the CBC must start by offering Canadian films and films from countries other than the United States so that Canadians can see another vision of the world, not just the American's vision. The CBC's role certainly isn't to compete with private television networks by acquiring packages of American films, thereby promoting American filmmaking. That's what the reality is at present.

According to the data found in the brief that the Canada Association of Broadcasters presented to the CRTC in December 1992, news and sports claim more than 65% of the conventional broadcaster's expenditures for Canadian

[*Texte*]

télédiffuseurs conventionnels. C'est un bien maigre 35 p. 100 que doivent se partager tous les autres secteurs de la programmation, autant les variétés que les dramatiques et les longs métrages. C'est 35 p. 100.

La vocation des chaînes spécialisées RDS, TSN, très bientôt RDI et Newsworld n'est–elle pas justement de couvrir de façon exclusive ces secteurs particuliers? Nous croyons qu'une télévision publique n'a aucunement le mandat de couvrir le sport professionnel et que ce secteur devrait être laissé à la télévision privée.

Plutôt que de sabrer dans les crédits parlementaires alloués à la télévision d'État, faisons–lui jouer son rôle en accordant une priorité absolue à la programmation de tous les secteurs culturels canadiens.

Merci de votre attention.

Le président: Merci bien. Hélas, on m'annonce que cette salle est prise à 11 heures. Donc, nous n'avons que 20 minutes. Madame Tremblay.

Mme Tremblay: Est–ce qu'on va toujours être coincés par quelqu'un qui a une réunion à 11 heures?

Le président: De temps à autre.

Mme Tremblay: Madame, merci pour votre présentation. Radio–Canada dit que, si jamais il y avait un lock–out prolongé au hockey, la Société perdrait tellement d'argent que cela aurait un impact direct sur la production d'émissions culturelles. Que fait–on si on enlève à la Société 65 p. 100 de ses revenus?

Mme Boudreau: Le problème est complexe. Lorsqu'on sabre dans les crédits parlementaires de Radio–Canada, celle–ci se tourne du côté de la publicité pour combler les pertes.

Par contre, les budgets alloués à l'information et au sport représentent 65 p. 100 des coûts de programmation. C'est énorme!

• 1040

Il y a une multitude de réseaux spécialisés qui couvrent le sport, et on va maintenant couvrir l'information. Est–ce que cette proportion va se maintenir à 65 p. 100? Nous devons nous partager un maigre 35 p. 100, mais faites attention: ces 35 p. 100 couvrent les téléromans, les dramatiques, les variétés, les émissions dites spéciales autres que d'information et d'affaires publiques, les longs métrages, les émissions pour enfants. Cela couvre tout cela.

Il y a une énorme disproportion budgétaire. Radio–Canada concurrence fortement la télévision privée dans ces secteurs–là, parce que eux ont décidé de consacrer cela au budget.

Je ne pense pas que c'est le mandat de Radio–Canada que de consacrer autant d'argent au sport professionnel. C'est payant, bien sûr, mais est–ce le mandat d'une société d'État? C'est la volonté politique qui indique aux sociétés d'État leurs lignes directrices.

Mme Tremblay: Je veux essayer de comprendre. On sait que le sport est payant. Radio–Canada dit: Si le lock–out se prolonge, je n'aurai même plus d'argent pour produire certaines émissions culturelles qui sont produits à même ces 35 p. 100. C'est ce que dit Radio–Canada.

[*Traduction*]

programming. All the other areas of programming have to share a rather meager 35%, and that includes variety shows, dramas and feature films. They get 35%.

Isn't the mandate of the specialty channels such as RDS, TSN, Newsworld, and very shortly, RDI, to cover those particular sectors exclusively? We believe that public television has absolutely no mandate to cover professional sports and that this sector should be left to private television networks.

Rather than slashing government funding for public television, let's help public television play its role by making programming in all areas of Canadian cultural activity the top priority.

Thank you for your attention.

The Chairman: Thank you very much. Unfortunately, I've been told that this room has been reserved for 11 o'clock. So we only have 20 minutes. Mrs. Tremblay.

Mrs. Tremblay: Are we always going to be stuck because someone has a meeting at 11 o'clock?

The Chairman: From time to time.

Mrs. Tremblay: Thank you for your presentation, Ms Boudreau. The CBC has said that if ever hockey players are locked out for a long period of time, the Corporation would lose so much money that the losses would have a direct impact on the production of cultural programming. What should be done if the CBC loses 65% of its revenues?

Ms Boudreau: It's a complex problem. When government funding of the CBC is cut, the Corporation has to rely on advertising to make up for the losses.

On the other hand, the budgets for news and sports represent 65% of all programming costs. That's huge!

There are all kinds of specialty channels that cover sports, and now some are going to be dedicated to news. Is their funding going to be maintained at 65%? We have to share a meager 35%, but be careful here: that 35% covers soaps, dramas, variety shows, special programs other than news and public affairs, feature films and children's programs. It covers all that.

The Budgets are very imbalanced. The CBC is competing directly with private TV networks in these areas because they decided to put that in the budget.

I don't think it's in keeping with the CBC's mandate to allocate so much money to professional sports. Of course it is profitable, but is that what a Crown Corporation's mandate should be? It's political will that sets guidelines for Crown Corporations.

Mrs. Tremblay: I want to try to understand. We know that sports coverage is profitable. The CBC is saying that if the lockout continues, it won't even have enough money to produce some cultural shows the financing of which comes form these 35%. That's what the CBC is saying.

[*Text*]

Comment va–t–on faire pour financer Radio–Canada? Supposons que j'accepte votre argumentation et que je dise: D'accord, on enlève le sport de Radio–Canada, l'information sera à RDI et le reste de l'information ira aux stations privées. Vous sortez Radio–Canada de ces champs et vous l'amenez dans des champs pas payants. Radio–Canada n'y arrive déjà pas avec un milliard et demi de dollars. Je me demande comment Radio–Canada pourra produire et occuper toute sa grille horaire avec un milliard et demi de dollars en n'ayant rien de payant et en allant dans les champs où ce n'est pas payant. Radio–Canada va faire ce qui n'est pas payant.

Si on accepte cette hypothèse. . .

Mme Boudreau: Pourquoi dire qu'il n'y a que le sport professionnel qui est payant?

Mme Tremblay: Les téléromans, c'est payant.

Mme Boudreau: Voilà. On paye énormément pour le sport professionnel. Les réseaux américains compétitionnent pour pouvoir. . . Il y a tout un secteur, au niveau des sports, qu'on ne touche pas. On ne parle pas des Olympiques, des jeux du Commonwealth et ainsi de suite. Cela, c'est le mandat d'une société d'État. On parle du sport professionnel. Dans ce domaine, les réseaux se font la concurrence et les prix augmentent. Je ne pense pas que cela entre dans le mandat de Radio–Canada. L'argent dont on se sert pour couvrir tous ces événements–là, on peut le mettre ailleurs.

Mme Tremblay: La production d'une émission de sport est–elle coûteuse?

Mme Boudreau: Eh bien, je ne suis pas producteur, mais il y a quand même toute une équipe. Si vous lisez le mémoire de l'Assocation des producteurs, vous verrez que beaucoup de frais sont cachés. On ne peut jamais parvenir à savoir quel est le coût réel d'une émission. J'ai travaillé en télévision privée, où le coût des employés à temps plein fait partie du coût d'une émission. À Radio–Canada, ce n'est pas le cas. On parle simplement des coûts extérieurs. Il faut aussi calculer ces coûts–là.

Donc, il y a d'autres genres d'émissions. La volonté politique doit soutenir le mandat de Radio–Canada. Nous nous s'interrogeons: le mandat de Radio–Canada est–il de présenter du sport professionnel? Nous ne le croyons pas. On peut divertir, renseigner et éclairer, mais aussi à l'intérieur de tous les secteurs culturels. Dan disait au tout début que, quand on parle des secteurs culturels, on ne parle pas simplement d'opéras, de secteurs plus limités et plus hermétiques pour certains. Il y a aussi toutes sortes de spectacles de variétés et de longs métrages.

On est dans l'industrie du long métrage, et il est important que nos films soient vus. Ils sont en salle et en vidéo, mais également à la télévision. C'est là qu'on va chercher le plus grand public, et cela, on le sait.

Mme Tremblay: Recevez–vous assez d'argent de Radio–Canada?

Mme Boudreau: Non, évidemment. Il y a eu des coupures. Il y a quelques années, on a décidé de faire des coupures, et les prix baissent de plus en plus.

[*Translation*]

How are we going to fund the CBC? Let's suppose I accept your argument and say: "Fine, we take sports away from the CBC, news coverage will be on RDI, and the rest will be covered by private stations". If you take this programming away from the CBC, it's left with what is not profitable. Already, the CBC isn't making ends meet with one and a half billion dollars. How can CBC produce shows and fill its entire schedule with one and a half billion dollars, if it does not have acces to profitable programming areas, if it can only schedule programs that aren't profitable. The CBC will have to cover whatever is not profitable.

If we accept this hypothesis. . .

Ms Boudreau: But why say that only professional sports are profitable?

Mrs. Tremblay: Soaps are profitable.

Ms Boudreau: There you go. An enormous amount of money is paid for professional sports. The American networks compete so that they can. . . There is an entire sector of sports coverage that we don't get involved with. We don't touch the Olympic Games, the Commonwealth Games and similar events. That's the public television's mandate. In the area of professional sports, the networks compete and prices go up. I don't think that's part of the CBC's mandate. The money that's being used to cover all of these events could be allocated elsewhere.

Mrs. Tremblay: Is it expensive to produce a sports program?

Ms Boudreau: Well, I'm not a producer, but I do know that you need a whole team. If you read the Producers Association's brief, you'll see that lots of costs are hidden. We can never find out what the real cost of a program is. I worked in private television, where the cost of full time employees was included in the cost of a program. That's not done at the CBC. They just talk about outside costs. Those other costs have to be factored in as well.

So there are other kinds of programs. There has to be a political will to support the CBC's mandate. We are asking whether this mandate is to present professional sports. We don't believe so. A broadcaster can entertain inform and enlighten, in the context of all kinds of cultural programs. At the very beginning, Dan was saying that when we talk about cultural programs, we're not just talking about operas or areas that some people find more limited and more impenetrable. Culture can also include all kinds of variety shows and feature films.

We are in the feature film business, and it's important for our films to be watched. They can be watched in theatres and on video, but also on the television. We know full well that's where the largest audience is.

Mrs. Tremblay: Do you receive enough funding from the CBC?

Ms Boudreau: Obviously not. There have been cutbacks. A few years ago, it was decided to cut back, and prices are dropping more and more.

[*Texte*] [*Traduction*]

• 1045

On sait que, du côté francophone, on obtient un montant *x* et que le prix du même film du côté anglophone, lorsqu'il est vendu à CBC, est beaucoup plus élevé. CBC paye pour un film canadien plus cher que Radio–Canada. Ce n'est pas en termes de population, car les cotes d'écoute sont exactement les mêmes.

Le président: Hélas, je suis obligé d'intervenir. Je le regrette beaucoup.

Mme Tremblay: Est–ce que je pourrai poser ma question à la fin?

The Chairman: Of course, with the way professional sports are going these days, if they all go out on strike the problem would be self–resolving if you could only get football to join in.

Now, are you going to divide your time? If so, would you like me to help you at the two–and–a–half–minute mark?

Mme Brown: Madame Boudreau, expliquez–moi la phrase suivante, qu'on trouve à la page 8:

> À défaut d'une volonté politique de soutenir de façon réelle une cinématographie nationale. . .

Pour moi, le marché est très, très important pour une cinématographie nationale.

Mme Boudreau: Dans une cinématographie nationale, on commence par une production. Il faut qu'il y ait une logique, une constance dans tous les secteurs de la production, jusqu'à la visibilité. Au départ, si on contribue au financement de la production du long métrage, on aide les producteurs. Ensuite, il faut un distributeur pour le film qui a été produit. Le distributeur va présenter le film en salle et en vidéo, mais il faut que cela suive aussi à la télévision. Si la télévision n'est pas là pour soutenir l'acquisition d'un long métrage. . . Actuellement, la société d'État dont on parle a, à la base, le mandat de refléter l'identité canadienne, mais elle fait souvent l'acquisition de longs métrages américains dans le but d'aller chercher le plus vaste auditoire possible et de vendre de la publicité, cela pour combler l'argent perdu lors des coupures budgétaires.

Derrière tout cela, il faut volonté politique de donner à Radio–Canada des budgets vraiment adéquats. Qu'on arrête de faire des coupures et que les budgets alloués soient dirigés vers la programmation pour soutenir une production canadienne, tant de longs métrages que de dramatiques. Il faut une volonté politique. Si le gouvernement se désintéresse de la culture et se soucie peu que ses sociétés, que ce soit Téléfilm, l'ONF ou Radio–Canada, appuient la production cinématographique canadienne. . .

Le président: Je suis obligé d'intervenir une fois de plus et de céder la parole à M. Hanrahan.

Mr. Hanrahan: Thank you, Mr. Chairman, and thank both of you for your presentations.

Mr. Johnson, you're the second witness we've heard who has suggested that money should be reallocated from the Canadian defence industry or the Canadian Armed Forces to Canadian film and media areas. I have a bit of a philosphical

When we sell a movie to the CBC, we get paid much more money by the English network, as compared to what we get from the French side of the Corporation. CBC pays much more for a Canadian film than Radio–Canada. And it has nothing to do with demographics, because the ratings are exactly the same.

The Chairman: Unfortulately, I must cut you off. I am sorry to have to do so.

Mrs. Tremblay: Will I be able to ask my question at the end?

Le président: Bien sûr, compte tenu de ce qui se passe en ce moment dans le domaine du sport professionnel, si tous les athlètes se mettent en grève et que les joueurs de football s'y mettent aussi, le problème se réglera de lui–même.

Maintenant, allez–vous partager le temps dont vous disposez? Dans ce cas, voudriez–vous que je vous avertisse après deux minutes et demie?

Mrs. Brown: Ms Boudreau, please tell me what the following sentence, on page 8, means:

> Failing a political will to support in a meaningful way a national film industry. . .

In my view, the market is very important if we are to have a national film industry.

Ms Boudreau: A national film industy starts at the production level. There must be some logic, some consistency in all aspects of production, including visibility. At the beginning, when you financially support the production of a feature film, you help the producer. Then you need a distributor for the film that has been produced. The distributor will market the film in the theater and video markets, but you also need the television market. If television does not support the marketing of a feature film. . . Presently, the Crown Corporation we are talking about has the basic mandate of reflecting the Canadian identity, but it often buys American feature films in order to get the largest audience possible and sell more publicity, to compensate for whatever money it lost because of budget cuts.

In all this, we can see the need for a political will to give the CBC really adequate budgets. Let us stop making cuts and let's allocated budgets be spent on programming in order to support the Canadian production of both feature films and television drama. There has to be a political will. If the government loses interest in culture and does not care whether its corporations, be it Téléfilm, the NFB or the CBC, support the Canadian film industry. . .

The Chairman: I must cut in once more and give the floor to Mr. Hanrahan.

M. Hanrahan: Merci, monsieur le président, et merci à tous les deux pour vos exposés.

Monsieur Johnson, vous êtes le deuxième témoin à venir nous dire que des fonds consacrés à l'industrie canadienne de la Défense ou aux Forces armées canadiennes devraient être réaffectés au secteur canadien du film et des médias. Cela me

[*Text*]

problem with this and I'd like your thoughts on it. I've discussed it with a number of my constituents and colleagues and they suggest to me that Canada's role as a peacekeeper in every activity of the United Nations since peacekeeping began has gained us an international and national reputation and in fact could be considered part of the Canadian identity and Canadian culture.

I realize the pie is getting smaller and everybody is looking around to find out where they can get some more money, but do you think it's appropriate for us to take funds away from the Canadian military, lads who are putting their lives on the line in Yugoslavia and Africa and various other areas, for film production and CBC?

• 1050

Mr. Johnson: I think the Canadian role as peacekeepers is recognized around the world as significant. The courage of everyone involved in the military is not only being appreciated, it's respected and admired.

I think there are some entities that are regarded as sacred. We're not suggesting the CBC is sacred. We're asking a larger philosophical question: what is it we are prepared to pay for it?

The Canadian role as peacekeepers is vitally important, but if we take a more domestic approach to defence... Certainly we can play a role in peacekeeping, but in terms of defending ourselves, let's just talk about the United States for a second. If the United States wanted us, they could have us in about 30 seconds, if they wanted us from a military point of view.

What is happening from a cultural point of view—and this is a credit to the vigour and the dynamism of the American people, of the American economy... These people are our neighbours and we do a tremendous amount of business with them; we have a lot of friends there. The reality is that to the extent that there's a difference between Anglo–Canadian culture and American culture, it's being washed away by tidal waves of American culture that pour in over the border. That's magazines, that's radio, the motion–picture industry, publishing—every aspect of popular culture. Insofar as we have this enormous undefended and indefendable border with our friends of the south, there's a process of a globalization of culture. I think it's particularly acute in Canada because we're so close, and two–thirds of the population shares the language with the majority of the people in the United States. It's something that's being eroded.

If we don't spend money there, if we don't take proactive steps now to defend culture, which is the francophone culture and the anglophone culture at some point, you might find that Canada is a pleasant, cold version of the United States, and we might not even say "eh" at the end of our sentences. That I might be able to live with, but at that point some people might start to ask themselves if there isn't a difference.

[*Translation*]

pose un petit problème d'ordre philosophique et j'aimerais vous en faire part et obtenir votre réaction. J'en ai discuté avec un certain nombre de mes électeurs et de mes collègues; ils m'ont dit que le rôle du Canada dans presque toutes les missions lancées depuis le début par les Nations unies pour maintenir la paix nous a valu une réputation internationale et nationale, et que ces activités pourraient maintenant être considérées comme partie intégrante de l'identité et de la culture canadiennes.

Je sais que l'argent est de plus en plus rare et que chacun cherche de tous côtés pour trouver des fonds supplémentaires, mais croyez–vous qu'il soit convenable d'enlever de l'argent aux militaires canadiens, qui mettent leur vie en jeu en Yougoslavie, en Afrique et ailleurs dans le monde, pour le donner aux producteurs de films et à Radio–Canada?

M. Johnson: Je crois que l'on reconnaît partout dans le monde l'importance du rôle que jouent les Canadiens dans le maintien de la paix. Le courage de tous les militaires en cause est non seulement reconnu, mais aussi respecté et même admiré.

Je crois qu'il y a certaines entités qui sont considérées comme sacrées. Je ne dis pas que la Société Radio–Canada est sacrée. Nous posons une question d'une portée philosophique plus large: combien sommes–nous prêts à payer pour conserver cette société?

Le rôle des Canadiens en tant que gardiens de la paix est d'une importance vitale, mais si nous envisageons la défense sous un angle plus national... Assurément, nous pouvons jouer un rôle dans les missions de maintien de la paix, mais pour ce qui est de nous défendre, songeons un instant à la présence des États–Unis à nos portes. Si les États–Unis voulaient s'emparer de notre territoire, ils le feraient en 30 secondes, au strict plan militaire.

Ce qui se passe sur le plan culturel, et c'est attribuable à la vigueur et au dynamisme du peuple américain, de l'économie américaine... Ces gens–là sont nos voisins et nous faisons énormément d'affaires avec eux; nous avons beaucoup d'amis là–bas. La réalité est que, dans la mesure où il subsiste une différence entre la culture anglo–canadienne et la culture américaine, cette différence est peu à peu effacée par un raz–de–marée de culture américaine qui déborde nos frontières. Je parle des magazines, de la radio, du cinéma, de l'édition, de tous les aspects de la culture populaire. Étant donné que nous avons cette interminable frontière non défendue, et d'ailleurs indéfendable, qui nous sépare de nos amis du sud, nous assistons à un lent processus de mondialisation de la culture. Je pense que c'est particulièrement accentué au Canada parce que nous sommes tellement près, et que les deux tiers de notre population parlent la même langue que la plupart des citoyens des États–Unis. Il y a un donc un phénomène d'érosion.

Si nous ne dépensons pas de l'argent dans ce secteur, si nous ne prenons pas, dès maintenant, des mesures énergiques pour défendre notre culture, c'est–à–dire la culture francophone, et, dans une certaine mesure, la culture anglophone, on pourrait se retrouver avec un Canada qui ne serait plus qu'une version plaisante et froide des États–Unis; peut–être même que les Canadiens anglais ne diront même plus ce sympathique «eh!» à la fin de leurs phrases. Je pourrais m'en accommoder, mais à ce moment–là, certains pourraient commencer à se demander s'il y a encore une différence.

[*Texte*]

The Chairman: Well, I'm afraid that while we could spend, I think, a lot of time on this question. . .

Mr. Hanrahan: We certainly could, yes. I just wanted to get this response to it, vis–à–vis the military, recognizing, of course, that the military was already severely cut in the last budget.

The Chairman: I think that's an interesting point. Of course it's always easier to suggest that the money come from somebody else's pocket, too.

May I then ask for a final series of questions from Maria Minna, who is with us, recognizing the shortness of time, and to prevent both Simon de Jong and John Godfrey from asking any questions.

Mr. de Jong: If I may, Mr. Chairman, with the committee's permission I would like to ask one question that I think is. . .

The Chairman: I'll give you my place.

Mr. de Jong: Okay.

Ms Minna (Beaches—Woodbine): Thank you, Mr. Chairman.

I hear you suggesting a number of things to maintain CBC strong and protect Canadian culture, but you're looking at taking away things like hockey, American programming. I don't disagree, I'm just trying to see, though, in the privatization of the production of drama programming. . . What I don't get clear from you is how the CBC might replace the funds it now makes through advertising on American programming or sports programming or what have you in order to maintain some financial stability of strength, and whether you think the privatization alone will save CBC.

Also, going back to film production, the CBC and private broadcasters have each had access to approximately, up until now, half of the Telefilm Canadian broadcasting program development fund for their respective list of television program projects. Are you suggesting maybe that this arrangement be changed? I'm trying to get a picture of where you're going. I know what you want, and maybe we don't disagree on that, but how do we end up—

The Chairman: If I am sharp enough. . . Sorry, I didn't mean it quite that way. You're long on philosophy and short on suggestions of which mechanism. If you had to choose for increasing cable rates, what are the ones you prefer? I know you say that if there's a will there's a way.

• 1055

Ms Minna: What would you suggest? How do we maintain a viable, financially strong CBC and do all those things that you've suggested, which I don't disagree with in the main?

[*Traduction*]

Le président: Eh bien, je sais que nous pourrions passer pas mal de temps à discuter de cette question, mais je crains. . .

M. Hanrahan: Nous le pourrions assurément. Je tenais seulement à obtenir une réponse à ma question sur l'armée étant donné, évidemment, que les militaires ont déjà subi de sévères compressions budgétaires au dernier budget.

Le président: C'est un point intéressant. Naturellement, il est toujours plus facile de proposer de prendre l'argent dans le budget de quelqu'un d'autre.

J'invite maintenant Maria Minna, qui est parmi nous, à poser une dernière série de questions, étant donné que le temps nous presse, et aussi pour empêcher Simon de Jong et John Godfrey de poser des questions.

M. de Jong: Si je peux me le permettre, monsieur le président, avec la permission du Comité, je voudrais poser une seule question. . .

Le président: Je vais vous céder ma place.

M. de Jong: D'accord.

Mme Minna (Beaches—Woodbine): Merci, monsieur le président.

Je vous ai entendu proposer un certain nombre de choses pour consolider la position de la SRC et pour protéger la culture canadienne, mais vous envisagez de supprimer notamment le hockey et les émissions américaines. Je ne suis pas en désaccord avec vous, mais j'essaie seulement de voir ce qui se passerait si l'on privatisait la production des dramatiques. . . Je n'ai pas très bien compris comment, à votre avis, la SRC pourrait remplacer les fonds qu'elle tire actuellement de la publicité insérée dans les émissions américaines ou les reportages sportifs, ou encore ce que vous proposez pour maintenir une certaine stabilité financière et enfin, si vous croyez que la privatisation à elle seule pourra sauver Radio–Canada.

Par ailleurs, pour revenir à la production cinématographique, la SRC et les radiodiffuseurs privés ont, jusqu'à maintenant, eu accès à environ la moitié du fonds de développement consacré à la production d'émissions télévisuelles canadiennes par Téléfilm Canada, pour financer leurs émissions de télévision respectives. Proposez–vous de modifier cet arrangement? J'essaie de comprendre l'orientation que vous proposez. Je sais ce que vous voulez, et peut–être sommes–nous d'accord là–dessus, mais comment procéder pour. . .

Le président: En deux mots. . . Excusez–moi, je ne voulais pas vous couper la parole. Vous énoncez une série de grands principes, mais peu de suggestions concrètes. Si vous aviez à faire des choix quant à l'augmentation des tarifs du câble, à qui donneriez–vous la préférence? Je sais, vous l'avez dit, quand on veut, on peut.

Mme Minna: Que proposez–vous? Comment maintenir une Société Radio–Canada financièrement solide et viable, tout en faisant toutes les choses que vous avez suggérées et avec lesquelles je suis largement d'accord?

[*Text*]

Mr. Johnson: Let me go with the second part, which is the only good news part of the answer. The good news part of the answer is that we think that costs can be reduced if drama gets exported to the private sector. That's number one. We think there's a savings there.

As to the bad news part of the answer, which is where will the money come from, the short answer is that we don't have a position in terms of you should add this cable rate or you should do this. What we're saying is that as policy–makers, as the Parliament of Canada coming in and making decisions about what are the relative priorities. . . Again, we're not seeking to pick on defence. It's used as an illustration in terms of what are you defending, using that in metaphorical terms of defending Canadian culture through specific devices.

So whether it's defence or whatever it is, these are going to be hard choices. We don't have a specific suggestion in terms of adding a tax or deducting something. We are asking is the will there, is there a recognition of something that needs to be done? If there is, then you people are smarter than we are.

The Chairman: Well, if you come up with the specific, we'd love to hear from you.

Very quickly, Mr. de Jong.

Mr. de Jong: Thank you, Mr. Chairman and the committee, for allowing me to ask this question.

How important is the Canadian film distribution policy that Flora MacDonald started to propose, etc.? I'm sure it will help the Canadian feature film industry and change the economics around a bit when Canadian films have a good chance of being seen in theatres.

Would the type of support that would arise out of a Canadian film distribution policy in a sense also indirectly help the CBC?

Mr. Johnson: It will help the CBC, but it will be very indirectly. Ultimately you'll have films that are going to be more responsive to the market, because the distributors now are not as vibrant and as vital, and they are more marginal than we would like and are prepared to admit publicly. The distributors, with a proper film policy, will be able to make more contributions. You're going to find that there will be much more market input, more market impact, more market effectiveness of the films created. When that happens, then you'll see that the films will draw larger audiences on CBC, and that's at the end when that window shows up. But that is absolutely a key aspect of what's necessary.

The Chairman: Thank you. We made it.

Thank you very much for coming.

The committee is adjourned.

[*Translation*]

M. Johnson: Je vais commencer par la deuxième partie de la question, ce qui me permettra de vous donner d'abord une bonne nouvelle. La bonne nouvelle, c'est que nous croyons qu'il est possible de réduire les coûts si les dramatiques sont confiées au secteur privé. C'est le premier point. Nous sommes convaincus qu'il y a des économies possibles de ce côté.

Quant à la mauvaise nouvelle, à savoir d'où viendra l'argent, en bref, nous n'avons aucune suggestion précise à vous faire et nous ne pouvons dire que vous devriez augmenter tel tarif de câble ou faire ceci ou cela. Ce que nous disons, c'est qu'en tant que législateurs, à titre de membres du Parlement canadien chargés de prendre des décisions quant aux priorités relatives. . . Je répète que nous ne cherchons pas à nous en prendre à la Défense. C'était à titre d'exemple, une métaphore que j'ai utilisée pour illustrer la défense de la culture canadienne par des moyens très précis.

Donc, que l'argent vienne de la Défense ou d'ailleurs, il faudra faire des choix difficiles. Nous n'avons pas de proposition précise quant à une taxe quelconque à ajouter ou à retrancher ici ou là. Nous posons la question: a–t–on la volonté d'agir, reconnaît–on qu'il faut faire quelque chose? Si la réponse est oui, eh bien, à vous de jouer.

Le président: Eh bien, si jamais vous avez des suggestions précises, nous serions ravis de les entendre.

Monsieur de Jong, très brièvement.

M. de Jong: Merci monsieur le président et merci à tous les membres du Comité de me permettre de poser une question.

Quelle est l'importance de la politique de distribution de films canadiens dont Flora MacDonald avait jeté les bases? Je suis certain que lorsque les films canadiens auront de bonnes chances d'être montrés en salle, cela aidera l'industrie canadienne du long métrage et modifiera quelque peu le tableau financier.

En un sens, une telle politique de distribution du film canadien aiderait–elle également indirectement la Société Radio–Canada?

M. Johnson: Cela aidera Radio–Canada, mais très indirectement. En fin de compte, on aurait des films qui correspondraient plus précisément aux besoins du marché, car à l'heure actuelle, les distributeurs ne sont pas aussi dynamiques, ils sont plus marginaux qu'on ne le voudrait et qu'ils ne sont prêts à admettre publiquement. Donc une bonne politique du film, les distributeurs pourront contribuer davantage. Le marché influencera beaucoup plus directement et profondément les films qui seront produits. Quand cela arrivera, vous constaterez que les films attireront un plus grand public lorsqu'ils seront diffusés à la SRC, c'est–à–dire au bout de la chaîne, lorsque ce créneau s'ouvrira. Mais c'est assurément un élément clé de ce qui est nécessaire.

Le président: Merci, nous y sommes arrivés.

Merci beaucoup d'être venus.

La séance est levée.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid Port payé
Lettermail Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the National Film Board of Canada:

Joan Pennefather, Government Film Commissioner and Chairperson;

Claude Bonin, Director General, French Program;

Barbara Janes, Director General, English Program;

Laurie Jones, Director of Communications and Distribution Services.

From the Canadian Association of Film Distributors and Exporters:

Dan Johnson, Executive Director;

Carole Boudreau, Executive Secretary.

TÉMOINS

De l'Office national du film du Canada:

Joan Pennefather, commissaire du gouvernement à la cinématographie et présidente;

Claude Bonin, directeur général, Programme français;

Barbara Janes, directrice générale, Programme anglais;

Laurie Jones, directrice des communications et des services de distribution.

De l'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films:

Dan Johnson, directeur général;

Carole Boudreau, secrétaire exécutive.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

CA1
XC68
-C13

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 33

Wednesday, October 19, 1994

Chairperson: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 33

Le mercredi 19 octobre 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of the Canadian Broadcasting Corporation

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la Société Radio–Canada

---

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chairperson: John Godfrey

Vice–Chairs: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Associate Members

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidents: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakvillle—Milton)
Jan Brown (Calgary–Sud–Est)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Membres associés

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

WEDNESDAY, OCTOBER 19, 1994
(40)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 3:37 o'clock p.m. this day, in Room 536, Wellington Bldg., the Vice–Chair, Tony Ianno, presiding.

Members of the Committee present: Bonnie Brown, Jan Brown, Roger Gallaway, Albina Guarnieri, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Acting Member present: Rey Pagtakhan for John Godfrey.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: From the Canadian Cable Television Association: Ken Stein, President and CEO; Pierre Simon, Chairman of the CCTA Board of Directors and President of "Le Câble de Rivière–du–Loup". *From "L'Association des câblodistributeurs du Québec":* Linda Ahern, President. *From the National Aboriginal Communications Society:* Ray Fox, President and CEO; Lawrence Martin, Executive Director, Wawatay Native Communications Society. *From the Inuit Broadcasting Corporation:* Blandina Makkik, Creator of Children Programming; Lorraine Thomas, Director of Development.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee resumed its study of the Canadian Broadcasting Corporation (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Thursday, September 22, 1994, Issue No. 26*).

The witnesses from the Canadian Cable Television Association each made an opening statement, and answered questions.

At 4:29 o'clock p.m., the sitting was suspended.

At 4:34 o'clock p.m., the sitting resumed.

The witnesses from the National Aboriginal Communications Society each made an opening statement, and answered questions.

Blandina Makkik made an opening statement and with the other witness from the Inuit Broadcasting Corporation, answered questions.

At 5:39 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE MERCREDI 19 OCTOBRE 1994
(40)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 15 h 37, dans la salle 536 de l'immeuble Wellington, sous la présidence de Tony Ianno (*vice–président*).

Membres du Comité présents: Bonnie Brown, Jan Brown, Roger Gallaway, Albina Guarnieri, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Membre suppléant présent: Rey Pagtakhan remplace John Godfrey.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: De l'Association canadienne de télévision par câble: Ken Stein, président et chef de la direction; Pierre Simon, président du Conseil d'administration, président du Câble de Rivière–du–Loup. *De l'Association des câblodistributeurs du Québec:* Linda Ahern, présidente. *De la Société nationale des communications autochtones:* Ray Fox, président et directeur général; Lawrence Martin, directeur général, Wawatay Native Communications Society. *De Inuit Broadcasting Corporation:* Blandina Makkik, Créatrice de la programmation pour enfants; Lorraine Thomas, directrice du développement.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité poursuit son étude de la Société Radio–Canada (*voir les Procès–verbaux et témoignages du jeudi 22 septembre 1994, fascicule nº 26*).

Les témoins de l'Association canadienne de télévision par câble font des exposés et répondent aux questions.

À 16 h 29, la séance est suspendue.

À 16 h 34, la séance reprend.

Les témoins de la Société nationale des communications autochtones font des exposés et répondent aux questions.

Blandina Makkik fait un exposé puis, avec l'autre témoin de l'Inuit Broadcasting Corporation, répond aux questions.

À 17 h 39, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

• 1530

The Vice–Chairman (Mr. Ianno): [*Technical difficulty*]. . .television association, and we thank you very much for coming. Perhaps I could ask that the presentation be a little shorter so that members might ask more questions, if it's possible. Please go ahead.

Le vice–président (M. Ianno): [*Difficulté—technique*]. . .association canadienne de télévision par câble, et nous vous remercions d'être venus. Je pourrais peut–être vous demander d'abréger votre exposé afin que nous ayons la possibilité de poser davantage de questions. Vous avez la parole.

• 1535

Mr. Ken Stein (President and Chief Executive Officer, Canadian Cable Television Association): Good afternoon. My name is Ken Stein, president and chief executive officer of the Canadian Cable Television Association. We do have a copy of our text that we have made available. With me today is Miss Linda Ahern, vice–president of programming services of CF Cable and president of L'Association des câblodistributeurs du Québec. Also with me is Pierre Simon, president of Câble de Rivière–du–Loup and chairman of the Canadian Cable Television Association.

M. Ken Stein (président et chef de la direction, Association canadienne de télévision par câble): Bonjour. Je m'appelle Ken Stein, et je suis président et chef de la direction de l'Association canadienne de télévision par câble. Nous vous avons déjà distribué un exemplaire de notre texte. Je vous présente mes collègues: M^me^ Linda Ahern, vice–présidente des services de programmation de CF Cable et présidente de l'Association des câblodistributeurs du Québec, et M. Pierre Simon, président de Câble de Rivière–du–Loup et président du conseil d'administration de l'ACTC.

We will try to keep our remarks brief and make maximum opportunity for questions. We very much appreciate this opportunity to appear before you to offer the cable industry's views regarding the role of the CBC in the multi–channel universe. That universe and how it evolves is not just an issue for the CBC or the Canadian cable industry. It will have a direct impact on the more than 20 million Canadians that we serve.

Nous allons essayer d'être brefs, afin de laisser amplement de temps pour les questions et réponses. Nous vous remercions de nous avoir donné l'occasion de témoigner devant vous aujourd'hui pour vous faire part des vues des câblodistributeurs au sujet du rôle de la SRC dans l'univers à canaux multiples. Cet univers et son évolution ne concernent pas seulement la SRC, l'industrie canadienne du câble ou encore les radiodiffuseurs privés et les services de programmation spécialisée et de télévision payante au Canada. Ils auront également un impact direct sur tous les foyers abonnés au câble qui reçoivent des services de télévision rejoignant plus de 20 millions de Canadiens.

In our brief remarks today my colleagues and I will cover four issues: the cable industry's view of the future communications and broadcasting environment; the industry's contribution to the Canadian broadcasting system; constructive approaches to address the CBC's resource issue; and finally, to make clear our opposition to any cable tax dedicated to financing the CBC.

Mes collègues et moi vous entretiendrons brièvement de quatre questions: la façon dont l'industrie de la câblodistribution envisage l'environnement des communications; la contribution de l'industrie au système canadien de radiodiffusion; des solutions constructives pour régler le problème de financement de la SRC; et, finalement, notre opposition à une éventuelle «taxe sur le câble» qui servirait à financer la SRC.

Before we begin to address each of these points, I want to be clear that the cable industry supports the CBC. We recognize its invaluable contribution to the Canadian broadcasting system and to the production of high–quality Canadian programming. Our support was particularly evident in the discussions regarding the establishment of the new cable production fund where we recommended that the CBC should be able to access that fund. Good Canadian programming is only good if it gets to be seen, and the CBC will make sure that it does. It isn't news to anyone here today that a revolution in television in all the media is under way in Canada and around the world.

Avant d'aborder chacun de ces éléments, je tiens à préciser que l'industrie de la câblodistribution appuie la SRC. Nous reconnaissons la contribution inestimable qu'elle apporte au système canadien de radiodiffusion et à la production d'émissions de grande qualité à contenu expressément canadien. Nous avons manifesté cet appui concrètement lors des discussions qui ont entouré la création du nouveau fonds de production d'émissions des câblodistributeurs, en recommandant que la SRC soit admissible à ce fonds. La programmation canadienne ne vaut que si elle passe à la télévision, et c'est précisément là le rôle de la SRC. Je ne vous apprendrai rien en vous disant qu'une révolution est en train de transformer la télévision—et tous les médias—au Canada et partout dans le monde.

Just over three years ago the cable industry began a comprehensive study of the changing broadcast and communications environment. We analysed consumer trends and demands. We researched new technologies and we realized that

Il y a à peine trois ans, l'industrie de la câblodistribution a entrepris une étude exhaustive de l'environnement changeant de la radiodiffusion et des communications. Nous avons analysé les tendances de la consommation et les exigences des

[*Texte*]

the fundamental basis of our industry was changing. The changes we faced were not just technology, not just competition, but fundamentally they came from the consumer, the consumer's demand for choice, the consumer's demand for personalized in-home services and the consumer's demand for attractive and innovative programming. We face an exciting future because what the consumer wants is matched by where the technology is going.

The broadcasting environment of the future will be defined by the opportunities of a multi-media world. Canadians will change the way they use their TV sets, their telephones, their computers. Consumers want to be their own programmers and producers. The myth of the couch potato is dead. People are asking for television that is menu-driven and two-way interactive. People want to control what they see, when they see it and how much they pay for it. The old approaches, the old strategies won't work any more. We are dealing with fundamental changes that require new strategies and new approaches.

Pierre Simon will now address the main principles of the cable industry's strategic plan and how the industry intends to meet those challenges.

M. Pierre Simon (président du conseil d'administration, Association canadienne de télévision par câble (ACTC) et président, Câble de Rivière-du-Loup): La stratégie de l'industrie de la câblodistribution repose sur deux principes fondamentaux:

1. Nous assurer que le système de distribution est concurrentiel et qu'il nous donne les moyens de mieux offrir les services que les consommateurs veulent; et

2. Favoriser le renforcement du système canadien de radiodiffusion en privilégiant le contenu canadien.

En ce qui concerne le système de distribution, le Canada est reconnu à l'échelle mondiale comme l'un des chefs de file dans la mise au point d'un système moderne de câblodistribution. Pour pouvoir continuer à relever les défis de l'avenir, nous devrons être en mesure d'offrir aux consommateurs davantage de services et une plus grande maîtrise de leurs choix. Notre industrie est de plus en plus caractérisée par l'«adressabilité» universelle qui a recours à une technologie dernier cri comprenant l'installation de fibres optiques, de systèmes de compression digitale vidéo, et de capacités interactives.

• 1540

C'est dans cet esprit que l'industrie canadienne de la câblodistribution a investi plus de 2 milliards de dollars dans la modernisation de ses réseaux au cours des 5 dernières années et qu'elle consacrera entre 6 et 10 milliards de dollars de plus, au cours de la présente décennie, à l'amélioration de ses installations et de ses réseaux.

Nous avons également compris que nous devons continuer de nous intéresser de près au contenu. Les Canadiens ont accès à un système de radiodiffusion hors pair. Étant donné le rôle essentiel qu'ils jouent au sein de ce système, les câblodistributeurs ont un certain nombre d'obligations importantes à respecter.

[*Traduction*]

consommateurs. Nous avons fait des recherches sur les nouvelles technologies. Et nous avons compris que c'était la base même sur laquelle reposait notre industrie, qui était en train de se transformer. Et ces changements n'étaient pas seulement tributaires de la technologie ou de la concurrence, car fondamentalement ils étaient imposés par le consommateur, le consommateur qui veut plus de choix, qui exige des services personnalisés à domicile et qui demande des émissions intéressantes et innovatrices. Nous faisons face à un avenir prometteur, car ce que souhaite le consommateur va dans le même sens que le développement technologique.

L'environnement de la radiodiffusion de demain sera défini par les possibilités ouvertes par le nouvel univers multimédia. Les Canadiens n'utiliseront plus leurs appareils de télévision ni leurs téléphones et leurs ordinateurs de la même façon. Les consommateurs voudront être les programmateurs et les producteurs de leurs propres émissions et services. Ils voudront une télévision à base de menus qui soit interactive. Fini le mythe des téléspectateurs passifs. Ils voudront contrôler les émissions qu'ils regarderont, le moment où ils les verront et combien ils paieront pour y avoir droit. Finies les vieilles façons de faire, les vieilles stratégies; il faudra innover face à ces changements fondamentaux.

Je laisserai maintenant la parole à Pierre Simon, qui exposera les grands principes du plan stratégique de l'industrie du câble et la façon dont elle se propose de relever ces défis.

Mr. Pierre Simon (Chairman of the board, Canadian Cable Television Association, and president, Câble de Rivière-du-Loup): The cable industry's strategy is based on two core principles:

1) ensuring that the delivery system is competitive and provides an enhanced capability to provide the services that customers want; and,

2) strengthening the Canadian broadcasting system through the development of Canadian content.

In terms of the system, Canadians are recognized as world leaders for the development of an advanced cable system. To continue to meet the challenges that the future poses, we must be able to offer consumers more services and control. Our industry today is increasingly characterized by universal addressability, using state-of-the-art technology including the widespread deployment of fibre, the introduction of DVC and interactive capabilities.

To that end, the Canadian cable industry has invested over $2 billion to upgrade cable networks over the last five years. It will invest $6 to $10 billion in this decade to further upgrade the cable plant and network.

We have also recognized that we must continue to have a sharp focus on content. Canadians have access to a superb broadcasting system. As critical players within that system, cable operators must meet a number of major obligations.

[*Text*]

Le CRTC, les radiodiffuseurs, les producteurs d'émissions et d'autres intervenants qui se préoccupent du contenu qu'offrira l'infrastructure des communications de demain au Canada reconnaissent depuis longtemps le rôle de l'industrie de la câblodistribution lorsqu'il s'agit de soutenir la programmation canadienne.

Les câblodistributeurs appuient la création et la distribution d'émissions canadiennes par les moyens suivants: La distribution de services canadiens de télévision payante, de programmation spécialisée et de télévision à la carte, y compris *Newsworld*, RDI et *Showcase*; l'étagement et l'assemblage; et la substitution simultanée.

Il y a actuellement 213 canaux communautaires d'un bout à l'autre du Canada. Certains desservent de grands centres métropolitains comme Toronto, Vancouver et Montréal, d'autres représentent le seul service de télévision locale dans des collectivités comme Cornwall, Estevan et Valleyfield. Ici, à Ottawa par exemple, les canaux communautaires assurent la plus vaste couverture jamais offerte des élections municipales.

Par l'entremise de la chaîne parlementaire canadienne et, le cas échéant, des chaînes de programmation spéciale, l'industrie de la câblodistribution assure la couverture des débat de la Chambre des communes et d'autres instances publiques.

Il faut aussi mentionner le nouveau fonds de production, dont je suis fier de faire partie du Conseil d'administration. Mentionnons que Vidéotron a récemment annoncé qu'elle verserait une contribution au fonds. Nous estimons qu'au cours de sa première année d'exploitation, le fonds disposera de plus de 40 millions de dollars à distribuer aux producteurs indépendants du Canada.

Étant donné les antécédents de Radio–Canada dans le domaine de l'art dramatique, des émissions pour enfants et des documentaires, nous nous attendons tout à fait à ce qu'elle soit un bénéficiaire du fonds.

Linda Ahern vous exposera maintenant quelques solutions innovatrices que le Comité voudra peut–être prendre en compte dans son examen des moyens de pallier le manque à gagner auquel fait face la SRC. Linda.

Mme Linda Ahern (présidente, Association des câblodistributeurs du Québec): Merci Pierre.

À notre avis, le défi que doit relever la SRC est de trouver des moyens de rationaliser ses services de façon à pouvoir s'acquitter de son mandat tout en favorisant le renforcement de la compétitivité du système canadien dans le nouvel environnement de la radiodiffusion.

Dès le début de ces audiences, l'industrie de la câblodistribution et d'autres intervenants l'ont affirmé clairement: la SRC se doit d'être plus efficiente et de trouver des solutions à l'interne pour régler ses problèmes de financement. Il conviendrait de l'encourager vivement à consulter d'autres membres du milieu pour leur demander conseil et se prévaloir de leur expertise. Le public devrait avoir accès à ce processus et pouvoir le passer en revue.

À la suite des efforts que nous avons consentis pour nous redéfinir dans le nouvel environnement concurrentiel de la radiodiffusion, nous croyons que l'industrie de la câblodistribution est bien placée pour offrir son savoir–faire à la Société. Nous avons relevé divers éléments que le Comité et la SRC devraient prendre en considération.

[*Translation*]

The Canadian cable industry's role in ensuring support for Canadian programming has long been recognized by the CRTC, broadcasters, program producers and others concerned with the future of content in Canada's communications infrastructure.

Cable operators support the creation and distribution of Canadian programming through: the carriage of Canadian pay, specialty and pay–per–view services including *Newsworld*, RDI and *Showcase*; priority carriage, tiering and linkage, that limit our carriage of U.S. signals; and simultaneous substitution.

There are currently 213 community channels operating across Canada. Some serve metropolitan areas like Toronto, Vancouver and Montreal. Others are the only local television service for communities like Cornwall, Estevan and Valleyfield. Here in Ottawa, for example, the community channels are providing the most extensive municipal election coverage ever.

Through the Canadian parliamentary channel and, when required, on special programming channels, the cable industry offers coverage of the House of Commons and other public proceedings.

There is also, of course, the new cable production fund, of which I am a proud board member. With Vidéotron's recent announcement that it will contribute to the fund, we expect that in its first year the fund will have an excess of $40 million to distribute to the Canadian independent production sector.

Based on CBC's record in terms of drama, children's and documentary programming, we fully expect that the corporation will be a major beneficiary of the fund.

Linda Ahern will now address constructive approaches which the committee may wish to consider as it reviews the resource shortfall which the CBC must address. Linda.

Ms Linda Ahern (president, Association des câblodistributeurs du Québec): Thank you, Pierre.

For us, the challenge for the CBC is to find ways to rationalize its services so that it can both meet its mandate and make positive contributions to the competitiveness of Canada's broadcasting system in the new broadcasting environment.

From the outset of this process, the cable industry and other interveners have been clear: the CBC must look internally to gain efficiencies and find solutions to its resource problems. The CBC should be actively encouraged to consult with other members of the broadcasting sector to seek their advice and use their expertise. There should be public access and review of the process.

Due to our efforts to redefine ourselves in the new competitive broadcasting environment, we believe that the cable industry is well–positioned to offer its expertise to the CBC. We have identified several areas that you and the Corporation should consider.

[*Texte*]

Premièrement, nous estimons que les services offerts par la SRC pour s'acquitter de son mandat devraient être réévalués, compte tenu de l'arrivée de nouveaux intervenants au sein du système, de la transformation de l'environnement et d'une réalité bien concrète, celle des ressources publiques limitées qui peuvent être mises à la disposition de la Société.

Deuxièmement, nous croyons que la Société doit envisager la révision de ses modes d'exploitation. À titre de membre du groupe CFCF, je connais très bien ce genre d'exercice. Il y a quelques années seulement, CFCF a dû prendre des décisions très difficiles pour assurer sa survie. Nous avons dû évaluer notre programmation en fonction des habitudes d'écoute. Nous nous sommes demandés quel genre de programmation nous pouvions offrir eu égard à ce qu'offraient d'autres radiodiffuseurs, bref, nous avons dû apporter des changements à l'ensemble de nos opérations. CFCF a non seulement surmonté cette crise, elle a su relever le défi avec brio.

À notre avis, l'analyse exhaustive de la SRC présentement entreprise par le vérificateur général constitue une occasion toute indiquée pour procéder à ce genre d'évaluation. C'est là un moyen d'améliorer la disponibilité de l'information relative à la SRC et garantir la transparence de ses activités et de ses dépenses.

• 1545

Compte tenu des nombreux rapports gouvernementaux publiés au sujet de la SRC, et des observations des autres intervenants qui ont comparu devant le Comité à ce jour, il nous semblerait raisonnable de suggérer que tout nouvel examen du rôle, des responsabilités et des services de la Société porte notamment sur ses coûts et ses méthodes de production.

Nous avons également remarqué que la SRC continue de maintenir un système de distribution complexe et coûteux qui se chiffrait, en 1993–1994, à 140 millions de dollars. C'est là un domaine où l'industrie de la câblodistribution possède d'excellentes connaissances et une vaste expertise. Nous sommes disposés à travailler avec la SRC pour trouver des moyens de rationnaliser ses activités et de réaliser des économies en envisageant de nouvelles technologies de distribution ou, à tout le moins, des technologies différentes.

Mr. Stein: In closing, while we recognize the need for the CBC to seek alternative financing, the cable industry is opposed to the introduction of a cable tax to make up for the corporation's financial shortfall.

Let us be clear. As a public broadcaster the CBC already enjoys a considerable advantage over other Canadian programming services through its access to five revenue streams: first, its government appropriation; second, advertising revenue; third, subscriber revenues through CBC Newsworld, RDI, and its share in *Showcase*; fourth, production funding from Telefilm Canada and other sources, including the new cable production fund; and fifth, from news services like Trio and CBC Newsworld International, which are being delivered to American subscribers through the CBC's arrangements with the Power/Directv consortium.

[*Traduction*]

First, we believe that the services offered by the CBC as an expression of its mandate should be reassessed in light of the existence of new players in the system, the changing environment and the reality of the limited public resources that can and will be made available to the CBC.

Second, we believe that the CBC must consider reorienting its approach to its operations. Coming from CFCF, I am very familiar with this approach. Only a few years ago, my company had to make some very difficult decisions in order to survive. We had to evaluate programming in the light of viewing patterns; we had to consider what programming we could realistically offer versus what was broadcast by other sources. We had to implement "top down" changes. In short, our company did better than survive a crisis; it is now flourishing.

We would suggest that the comprehensive audit of the CBC now underway by the Auditor General provides a start for this type of assessment. This process should be seen as an opportunity to improve the availability of information on the CBC and to ensure transparency of its operations and expenditures.

Having considered the many government reports done on the CBC over the past years as well as the comments by other intervenors before this committee, it would appear to be reasonable to suggest that any review of the role, responsibilities and services of the CBC should include consideration of CBC's production costs and methods.

We also note that the CBC continues to have a complex and expensive ($140 million in 1993–94) distribution system. This is an area where the cable industry has particular expertise and knowledge. We are willing to work with CBC to investigate the potential for rationalization and savings in the area of new or alternative distribution technologies.

M. Stein: En conclusion, je dirai qu'il est essentiel que la SRC trouve d'autres sources de financement; nous en sommes parfaitement conscients. Mais l'industrie de la câblodistribution est opposée à l'imposition d'une «taxe sur le câble» pour compenser le manque à gagner auquel fait face la SRC.

Soyons clairs: en sa qualité de radiodiffuseur public, la SRC a déjà un avantage considérable par rapport à d'autres services canadiens de programmation, en ce sens qu'elle a accès à cinq sources de financement différentes: premièrement, les crédits que lui accorde le gouvernement; deuxièmement, les revenus publicitaires; troisièmement, les frais d'abonnement qu'elle tire de CBC Newsworld, de RDI et de *Showcase*; quatrièmement, les fonds de production qu'elle obtient de Téléfilm Canada et d'autres sources, notamment le nouveau fonds de production des câblodistributeurs; et cinquièmement, les nouveaux services comme Trio et CBC Newsworld International qui sont offerts aux abonnés du câble aux États-Unis par le biais d'ententes entre la SRC et le consortium Power/Directv.

[*Text*]

Like all Canadians, cable subscribers are taxpayers. They already support the CBC to a level of $1 billion annually. Beyond that, through their cable bills, they pay 55¢ per subscriber per month to receive CBC Newsworld. Starting January 1, the vast majority will also be paying for two other CBC specialty services: The Reseau de l'information (RDI) at almost $1 a month per subscriber in francophone markets, as well as for *Showcase*, a service in which the CBC holds a 20% interest and which will be charging at least 32¢ per subscriber per month.

Imposing a cable tax on all subscribers for the CBC runs counter to the consumer's expectation of increased choice and control. In its June 1993 structural decision, after an exhaustive public process, the CRTC reinforced this reality by establishing a regime for the cable industry intended to reduce the cost of basic cable and foster the development of an investment in technology and programming services in tune with the evolving communications environment and consumer demand.

The introduction of a cable tax would impose on Canadians a perverse form of excise tax, whereby the people who are forced to endure the tax would not receive the benefit. In markets like Montreal, where cable penetration is only 64%, it would mean that subscribers would be forced to pay for services that are free of charge to the remaining 36% of television households in that city.

On October 11, Canadian Heritage Minister Michel Dupuy, and Industry Minister John Manley, announced a public process to establish the policy framework for Canada's information highway. For the third year in a row the Canadian cable industry will find itself involved in a major public hearing that will have a direct effect on its future business and growth. We must be able to make the necessary investments in our systems; we must be able to invest in a content that Canadians will want to watch. We cannot be encumbered by regressive measures, such as a tax for the CBC.

The CCTA and its members support a full public review by the government of the CBC's role and responsibilities. We believe the Auditor General's comprehensive audit of the CBC will provide information crucial to that process. We stand ready to offer our expertise where we are best suited.

Thank you. My colleagues and I would be pleased to answer any of your questions.

The Vice–Chairman (Mr. Ianno): Thank you very much. We'll turn to Suzanne Tremblay.

[*Translation*]

Comme tous les Canadiens, les câblodistributeurs sont aussi des contribuables. Ils financent déjà la SRC à raison d'un milliard de dollars chaque année. En outre, les abonnés du câble paient déjà 55c. chacun chaque mois pour recevoir CBC Newsworld. Dès le 1er janvier, la vaste majorité paiera également pour recevoir deux autres services spécialisés de la SRC—le réseau de l'information (RDI), qui coûtera presque un dollar par mois aux abonnés pour ce qui est du marché francophone, et *Showcase*, qui appartient à 20 p. 100 à la SRC et qui demandera au moins 32c. par abonné par mois.

Imposer une taxe à tous les abonnés au câble au profit de la SRC irait à l'encontre des attentes des consommateurs, qui veulent plus de choix et davantage de contrôle. Dans la décision qu'il a rendue en juin 1993 au sujet de la structure de l'industrie, après une audience publique de longue haleine, le CRTC s'est rallié à ce point de vue en établissant pour l'industrie de la câblodistribution un régime conçu de façon à réduire les coûts des services de base et à favoriser la mise au point et le financement de nouvelles technologies et de services de programmation correspondant à un environnement changeant et à la demande du consommateur.

L'imposition d'une taxe sur le câble serait une forme de taxe d'accise particulièrement odieuse, puisque les contribuables obligés de la payer n'en tireraient aucun avantage. Lorsque l'on considère des marchés comme Montréal, où le taux de pénétration du câble n'est que de 64 p. 100, cela implique que les abonnés du câble paieront pour des services qui sont offerts gratuitement aux 36 p. 100 des foyers qui, dans la région, ont la télévision sans être abonnés au câble.

Le 11 octobre, le ministre du Patrimoine canadien, M. Michel Dupuy, et le ministre de l'Industrie, M. John Manley, ont annoncé un processus de consultation publique en vue d'élaborer le cadre réglementaire nécessaire à l'établissement de l'autoroute de l'information au Canada. Pour la troisième année consécutive, l'industrie canadienne de la câblodistribution sera amenée à participer à une importante audition publique qui aura des répercussions directes sur ses activités et sa croissance à venir. Nous devons être en mesure d'effectuer les investissements nécessaires à nos systèmes de même qu'à la mise en oeuvre d'un contenu de programmation dont voudront les Canadiens. Nous ne pouvons pas laisser une mesure aussi régressive qu'une taxe au profit de la SRC entraver les progrès que nous faisons.

L'ACTC et ses membres appuient le réexamen en profondeur, par le biais d'un processus public, du rôle et des responsabilités de la SRC mené par le gouvernement. Nous croyons que l'analyse comptable détaillée que le vérificateur général vient d'entreprendre des opérations de la SRC dégagera des informations cruciales pour ce processus d'évaluation. Nous sommes disposés à offrir notre savoir–faire au sujet de l'élément que nous connaissons le mieux—l'infrastructure de distribution de la SRC.

Merci. C'est avec plaisir que nous sommes disposés à répondre à vos questions.

Le vice–président (M. Ianno): Merci. Je donne la parole à Mme Tremblay.

[*Texte*] [*Traduction*]

• 1550

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Bonjour madame, messieurs.

J'aimerais que vous m'informiez bien précisément sur le problème des droits d'auteur par rapport aux câblodistributeurs? Comment vous acquittez–vous de vos factures de droits d'auteur? J'aimerais comprendre la mécanique de cela car il semble que les droits d'auteur vous causent certains problèmes?

M. Simon: La situation est complexe parce qu'il y a une multitude d'intervenants dans le dossier. Cependant, pour faire un sommaire, le tout a débuté avec l'Accord de libre–échange avec les États–Unis où le Canada a accepté de revoir sa Loi sur le droit d'auteur pour inscrire les compagnies de câble canadiennes dans le processus du paiement des droits d'auteur. Il y a eu une première ronde de négociations qui étaient principalement concentrées autour de ce qu'on appelle les stations éloignées. De cette première décision du tribunal, un fait a été établi basé sur le nombre de stations éloignées qui étaient fournies par les systèmes de câble au Canada.

Le tarif sur lequel on s'est entendu était de 70c. par local dans tous les systèmes de cablodiffusion de plus de 6 000 abonnés et, pour ceux qui étaient plus petits, jusqu'à 1 000 abonnés, le taux a été fixé à 100$ annuellement. En ce qui a trait aux systèmes entre 1 000 et 6 000 abonnés, il y avait une échelle allant de quelques cents jusqu'à 70c. C'était la première négociation réglée au début des années 1990 et ce tarif a été renouvelé dans son ensemble, il y a quelques mois, pour cinq ans.

Il y a aussi l'autre dimension qu'on appelle le tarif 17, c'est–à–dire que c'est le droit qu'on doit payer pour la composante musicale sur les services qui sont distribués autres que terrestres, c'est–à–dire des services spécialisés canadiens comme la télévision payante, etc. Ce droit est payable à la SOCAN. Il y a actuellement une cause devant le tribunal du droit d'auteur. On s'attend à être entendu quelque part en janvier prochain et possiblement une décision sera prise au printemps 1995. Elle sera rétroactive au 1er janvier 1990.

Il y a un troisième élément, il concerne les canaux communautaires. Il y a actuellement une négociation entre un groupe qui représente la composante musicale qu'on utilise sur les canaux communautaires et également le droit de reproduire des cassettes. Par exemple, pour la copie d'une cassette qu'on utilise pour une deuxième «montre», il y a une espèce de droit mécanique qui s'applique. Donc, tout cet aspect du canal communautaire est actuellement en négociation et ce sera la troisième composante des droits d'auteur qu'on paie.

Mme Tremblay: Quand vous dites que vous négociez, et que vous avez renouvelé pour cinq ans, vous négociez cela avec qui?

M. Simon: Les droits d'auteur sont représentés par 11 collectifs qui négocient avec l'industrie à travers leurs avocats. Donc, ce sont avec les 11 collectifs qu'on s'est entendu pour renouveler le tarif pour cinq ans et le tribunal se doit de sanctionner cette entente.

Mme Tremblay: Merci. Dans un autre domaine, RDI entrera en ondes en janvier 1995, si jamais Radio–Canada trouve les fonds nécessaires. Apparamment, ils manquent de fonds actuellement.

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Good afternoon, ladies and gentlemen.

I would like some specific information on the way cable companies are dealing with copyrights. How are you paying for copyrights? I'd like to understand the situation since I believe you are having problems with copyrights.

Mr. Simon: It's a complex situation because there are many players in this game. However, to summarize, everything started with the Free Trade Agreement with the United States in which Canada agreed to review its Copyright Act to include Canadian cable companies so they would have to pay royalties. The first round of negotiations was mainly about what are called distant stations. The tribunal's first decision was to establish a standard regarding the number of distant stations which received broadcasts by Canadian cable systems.

The rate everyone agreed on was 70 cents per local in every cable distribution system with more than 6,000 subscribers and, for smaller systems, that is up to 1,000 subscribers, the rate was established at $100 a year. As for the systems which had between 1,000 and 6,000 subscribers, a scale was developed starting at several pennies to 70 cents. This first round of negotiations was settled at the beginning of the 1990s and, on the whole, the rate was renewed a few months ago for five years.

Something else was established: tariff 17, that is, the fee we have to pay for music for services which are not distributed on the ground; I'm talking about specialized Canadian services like pay TV and others. The SOCAN collects the fee. The copyright tribunal is hearing a case right now. We expect to appear before the tribunal some time next January and hope that a decision will be made in the spring of 1995. This decision will be retroactive to January 1, 1990.

A third aspect is community channels. At the moment, there are negotiations between those channels and a group which represents the music which is played on community channels, and which also includes talks on the right to copy cassettes. For instance, if a copied cassette is played a second time, there is a mechanical fee. So issues concerning community channels are currently being negotiated and they represent the third part of the royalties issue.

Mrs. Tremblay: When you say there are negotiations, and that you renewed the rate for five years, whom do you negotiate with?

Mr. Simon: Eleven collectives are defending copyrights and are negotiating with the industry through their lawyers. So we have reached an agreement with the 11 collectives to renew the tariff for five years and the tribunal must sanction the agreement.

Mrs. Tremblay: Thank you. Let me move on to another subject. RDI will be broadcast as of January, 1995 if CBC finds enough money. They are apparently still a little short.

[*Text*]

M. Simon: On va les aider un petit peu à 90c. par mois.

Mme Tremblay: Hier, dans un autre forum, M. Spicer nous a promis que si Radio–Canada n'en venait pas à une entente avec les câblodistributeurs pour diffuser RDI à la grandeur du pays, il vous imposerait de le faire. Pouvez–vous me donner l'heure juste en ce qui a trait à la liberté de le faire plutôt que de vous le faire imposer? Combien cela coûterait–il? Quel est l'odieux que vous auriez à porter par rapport à vos abonnés? Dernièrement, j'ai rencontré un de vos membres qui m'a dit: c'est nous qui allons porter l'odieux d'avoir à facturer, alors cela va profiter à Radio–Canada. Je voudrais comprendre. Vous me dites que c'est 90c. Expliquez–moi cela bien simplement.

M. Simon: Avec grand plaisir, madame Tremblay. Je dois vous admettre que vos inquiétudes sont certainement justifiées, mais peut–être pas fondées. Premièrement, au Québec, tous les systèmes de classe 1, c'est–à–dire 6 000 abonnés et plus, vont distribuer RDI avec le service de base. Donc, la question est facile. En ce qui a trait à l'extérieur du Québec, nous sommes actuellement en train de faire une tournée régionale. Ken pourra vous en dire quelques mots plus loin. Nous sommes allés à Edmonton, pour la région des Prairies, à Vancouver, dans les Territoires du Nord–Ouest et à Charlottetown, pour la région de l'Atlantique. Tout au cours de ces rencontres, on a été plus que cordial avec le représentant de RDI, M. Gilles Desjardins, qu'on a présenté à toutes ces réunions, qui a pu faire sa présentation, qui a pu présenter des montages vidéo et s'entretenir avec les personnes présentes.

• 1555

M. Desjardins nous a rapporté que les stations de câblodiffusion à l'extérieur du Québec ont démontré un intérêt certain à distribuer RDI avec le service de base.

Je pense que Ken Stein pourrait élaborer sur cet intérêt de certaines grandes entreprises canadiennes à distribuer RDI.

Mr. Stein: The RDI people, as Pierre indicated, have attended our regional meetings and talked with cable systems across the country. Mr. Desjardins said the discussions were extremely positive in terms of the carriage of that service. We believe we will demonstrate our ability to deliver that service to Canadians across the country, as we have in the past. We're quite proud of the introduction of minority language services across the country, and we feel we'll be able to achieve the same thing with RDI.

We want to make sure its introduction in each community is done in a way that is supported by our consumers and customers. That's our commitment. We've had discussions with RDI about marketing it and about dealing with our consumers and customers. I think we're going to be quite successful as long as we're able to do it so we can work in terms of our customers and our communities, and how we introduce the service. Through 1995 we will ensure it's made available to the great majority of Canadians.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Once again, welcome. It's very nice to have the three of you here. I did enjoy listening to what you had to say.

[*Translation*]

Mr. Simon: We will do our part and contribute 90 cents a month.

Mrs. Tremblay: Yesterday, at a previous meeting, Mr. Spicer promised us that if CBC did not reach an agreement with cable companies to broadcast RDI throughout the country, he would force you to do so. Could you tell me exactly what would happen in terms of giving you the choice to do so versus forcing you? How much would it cost? How much will you have to pay as opposed to your subscribers? I recently met one of your members who told me that you will have to shoulder the burden, which would advantage CBC. I'm not quite sure I understand. You told me it would cost 90 cents. Please explain the situation to me in simple terms.

Mr. Simon: With pleasure, Mrs. Tremblay. I must admit that your concerns certainly are justified, but perhaps unfounded. First, in Quebec, all class 1 systems, that is, those with 6,000 subscribers or more, will include RDI in their basic package. So, the situation is clear. But regarding broadcasting RDI outside of Quebec, we are currently touring different areas. Ken can say a little more about that later. We went to Edmonton, for the Prairie region, to Vancouver, to the Northwest Territories and to Charlottetown, for the Atlantic region. Throughout the meetings, we had a good relationship with RDI's representative, Mr. Gilles Desjardins, whom we introduced at every meeting, who gave a presentation, showed videos and spoke with those in attendance.

Mr. Desjardins told us that the cable stations outside of Quebec were very much interested in delivering RDI with the basic service.

I think Ken Stein could elaborate on this interest on the part of some big Canadian enterprises to deliver RDI.

M. Stein: Les personnes responsables du Réseau de l'information, comme Pierre l'a indiqué, ont participé à nos réunions régionales et se sont entretenues avec des représentants d'autres systèmes de câblodistribution du pays. M. Desjardins a dit que les discussions qui portaient sur la distribution de ce service étaient extrêmement positives. Nous croyons pouvoir démontrer notre capacité de fournir ce service à tous les Canadiens d'un bout à l'autre du pays, comme nous l'avons fait par le passé. Nous sommes très fiers de pouvoir présenter des services de langue minoritaire dans tout le pays et nous pensons pouvoir faire la même chose avec le Réseau de l'information.

Nous voulons cependant nous assurer de l'appui des consommateurs lors de la distribution de ces services. Nous avons eu des discussions avec les représentants du RDI au sujet de la commercialisation de ce service et au sujet de la clientèle. Je crois que nous rencontrerons beaucoup de succès si nous pouvons tenir compte des besoins de la clientèle et des collectivités où nous introduirons ce service. Au cours de l'année 1995, nous nous assurerons de la disponibilité de ce service dans la grande majorité des foyers.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je tiens à vous souhaiter une fois de plus la bienvenue au comité. Je suis très heureuse de vous voir tous les trois ici et j'ai beaucoup aimé ce que vous aviez à nous dire.

[*Texte*]

On page 11 of your presentation, Mr. Stein, you said something that I would like to have clarified. When we had our initial discussions with the CBC, in particular when Mr. McEwen was here, I asked a question regarding funding for the CBC. I'm going to get the minutes just to check to make sure I am not incorrect here, but I do recall asking a question regarding extra funding the CBC receives from Telefilm Canada and was told that was not the case. So for the record, I would just like you to explain a little more about point number 4 so I can check it against the existing units we have.

Mr. Stein: I think the key here is production funding and how it's treated. We would say Telefilm does not fund the CBC directly, but there are productions we see on the CBC that are funded by Telefilm.

Mr. Simon: It's the same situation with the cable production fund. We pay 30% of the licence fee, so it's about 10% of the production cost. That is an advantage to the broadcaster. In this way, Radio–Canada and CBC have the advantage of the fund. They don't have it directly, but they have it through the productions they buy from these people.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): It's just the matter of trying to get a clearer picture of what the offerings are here in terms of an advantage for the CBC. At times it has been less than forthcoming when it comes to describing exactly what kind of funding it is receiving, including alternative sources.

Mr. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Thank you for your presentation. I just want to check a couple of things with you. You mention on page 13 that 64% receive cable and they are subsidizing the other 36% that are not.

Mr. Stein: In the city of Montreal.

The Vice–Chairman (Mr. Ianno): Given the earlier question on RDI and Keith Spicer's announcement yesterday that it is going to be nationalized in its reception, would there be an added fee for that?

Mr. Stein: For RDI?

Mr. Hanrahan: Yes.

Mr. Stein: It would be distributed in the rest of the country, outside of the francophone markets, as part of the basic cable service in those communities. I think the charge would be 12¢ per month per subscriber.

Mr. Hanrahan: If we take the example of Edmonton, which I represent, it has 3% francophones and 97% non–francophones. Would we be in the situation where the 97% non–francophones would be paying the 12¢ to subsidize the 3%?

• 1600

Mr. Stein: We don't like to break out the numbers exactly that way. What we like to be able to say is that we're offering a range of services in both languages. Ninety–seven percent of the people may be anglophone, but a good percentage would have the opportunity to watch French–language news, whether it's themselves, their children, or whatever. But in terms of being offered on the basic service, yes, all subscribers would pay for it.

[*Traduction*]

À la page 13 de votre exposé, monsieur Stein, il y a quelque chose que j'aimerais vous voir préciser. Lors de nos premières discussions avec la SRC, en particulier lorsque M. McEwen était ici, j'ai posé une question au sujet du financement de la SRC. Je vérifierai le compte rendu pour m'assurer que je ne me trompe pas, mais je me souviens avoir posé une question au sujet du financement supplémentaire que la SRC reçoit de Téléfilm Canada. On m'a répondu qu'il n'en était rien. J'aimerais donc vous demander, et cela de façon officielle, de nous donner certaines précisions au sujet de ce que vous dites au numéro 4 de la page 13.

M. Stein: La question clé ici, c'est qu'il s'agit de fonds de production. Ce qui est important, c'est la façon dont cela est envisagé. À notre avis, Téléfilm ne finance pas directement la SRC; cependant, certaines productions qui passent à la SRC sont financées par Téléfilm.

M. Simon: Il en va de même pour le fonds de production des câblodistributeurs. Nous payons 30 p. 100 des droits de diffusion, ce qui représente environ 10 p. 100 des frais de production. Il s'agit là d'un avantage dont bénéficie le radiodiffuseur. Ainsi, Radio–Canada retire un avantage de ce fonds, peut–être pas directement, mais par le truchement des productions achetées.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Tout ce que nous voulons, c'est avoir une meilleure idée des avantages qui sont accordés à la Société Radio–Canada. Parfois, celle–ci n'est pas prête à nous dire exactement de quel genre de financement elle bénéficie, ce qui comprendrait les autres sources de financement.

M. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Je vous remercie de votre exposé. Je voudrais vérifier quelque chose. À la page 14 de votre mémoire, vous parlez d'un taux de pénétration du câble de 64 p. 100 et vous dites que ce sont ces foyers qui subventionnent les 36 autres p. 100.

M. Stein: Dans la ville de Montréal.

Le vice–président (M. Ianno): Une autre question a été posée au sujet du RDI; M. Spicer a annoncé hier que la réception se ferait d'un bout à l'autre du pays. Cela signifie–t–il des frais supplémentaires?

M. Stein: Pour le RDI?

M. Hanrahan: Oui.

M. Stein: La distribution se ferait dans le reste du pays, en dehors des marchés francophones, dans le cadre du service de base, et, si je ne me trompe, il en coûtera 12c. par mois par abonné.

M. Hanrahan: Si nous prenons l'exemple d'Edmonton, que je représente, cette ville a une population francophone de 3 p. 100 et de 97 p. 100 de non–francophones. Cela signifie–t–il que les 97 p. 100 de non–francophones paieraient 12c. pour subventionner les 3 p. 100 de francophones?

M. Stein: Nous n'aimons pas ventiler les chiffres de cette façon. Nous aimons pouvoir dire que nous offrons toute une gamme de services dans les deux langues. Quatre–vingt–dix–sept p. 100 des abonnés peuvent être anglophones, mais un bon pourcentage de ceux–ci auraient la possibilité de recevoir les nouvelles en français, que ce soit eux–mêmes, leurs enfants, etc. Puisque cela sera offert parmi les services de base, tous les abonnés devront payer.

[*Text*]

Mrs. Tremblay: As we pay for *Newsworld.*

Mr. Hanrahan: Indeed.

Mr. Stein: In the French language market, yes.

Mr. Hanrahan: Now, would you do any surveys to check whether they are being unfairly charged?

Mr. Simon: I would like to say a word about this. My area is totally francophone. We've carried CBC *Newsworld* since the beginning at 18¢ compared to 55¢ in the anglo market. It's the same with RDI. Now they are paying about 10¢ or 12¢. The proportion is still less than in Quebec.

Look at the TV5 experience in western Canada. This service is totally French, and people like it. It's not a question of language. It's a question of whether it is of interest to people. So if you look at it from a language perspective and say that 97% of our people do not speak French, that doesn't mean they don't watch French programming. It's the same with the English network in my area. They don't even understand what they are saying in the awards show or whatever. They just look at it and they like it. So I think it's not a good thing to tell people they will have to pay for something they don't understand. Let's call it interesting Canadian programming.

Mr. Hanrahan: I think the 97% would put it that way.

Regardless, let me ask you a final question, if I may, Tony. You say on page 8 that the CBC must look internally to gain efficiencies and find solutions to its resource problems. Now, you imply by that statement that the CBC is inefficient. Would you not concur?

Mr. Stein: I think that every organization over the past number of years has had to go through a significant restructuring. In 1989 the cable industry had to go through a significant restructuring. Employment in the industry dropped, but now employment in the industry is growing again. I think every industry, every company, has to go through a restructuring.

I know that it's a priority for the president. I've talked to Mr. Manera about that. I think the present comprehensive study that's being done by the Auditor General can form an essential part of that, but I think it would apply to any organization. I'm not trying to say that the CBC is any different.

Mr. Hanrahan: But it's very important for our committee to grasp this. If you were advising Mr. Manera, from your expertise what two areas would you look at in terms of gaining efficiencies?

Mr. Stein: Corporate structure and distribution.

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): I'm going to summarize your presentation. I think there are four points that you've made. You're against a cable tax—and I can't say that I blame anyone for being against a cable tax—you're for the CBC, you want to ensure a competitive delivery system, and you want to ensure you're delivering content Canadians want to watch.

[*Translation*]

Mme Tremblay: Comme nous payons pour *Newsworld.*

M. Hanrahan: Absolument.

M. Stein: Sur le marché de langue française, oui.

M. Hanrahan: Allez–vous vérifier si les frais sont exagérés?

M. Simon: J'aimerais dire quelque chose à ce sujet. Mon domaine de compétence est le milieu francophone exclusivement. Nous diffusons *Newsworld* depuis le début à 18c., par rapport à 55c. sur le marché anglophone. Il en va de même pour le Réseau de l'information, où les frais sont de 10 ou de 12c., ce qui est inférieur à ce que l'on paie au Québec.

Reportez–vous à l'expérience de TV 5 dans l'Ouest du Canada. Ce service est totalement en français, et les gens l'aiment. Ce n'est pas une question de langue; ce qui est important, c'est de savoir si les émissions intéressent les abonnés. Donc, si vous envisagez la chose d'un point de vue linguistique pour dire que 97 p. 100 des abonnés ne parlent pas le français, cela ne signifie pas qu'ils ne regardent pas la programmation francophone. Il en va de même pour le réseau anglais dans ma région. Beaucoup de gens ne comprennent même pas la langue des émissions où l'on remet des prix, etc. Et pourtant ils regardent ces émissions. Je ne crois pas par conséquent qu'il soit bon de dire aux gens qu'ils devront payer pour quelque chose qu'ils ne comprendront pas. Il faut plutôt dire qu'il s'agit là d'une programmation intéressante pour les Canadiens et Canadiennes.

M. Hanrahan: Je crois que les 97 p. 100 l'envisageraient de cette façon.

Cependant, j'aimerais vous poser une dernière question, si vous me le permettez, Tony. À la page 9 vous dites que la SRC se doit d'être plus efficiente et de trouver des solutions à l'interne pour régler ses problèmes de financement. Ce qui semble vouloir dire que la SRC n'est pas efficiente. N'êtes–vous pas d'accord?

M. Stein: Toutes les organisations, au cours des quelques dernières années, ont dû procéder à une restructuration importante. En 1989, cela a été le tour de l'industrie de la câblodistribution, alors que le nombre d'emplois diminuaient. À l'heure actuelle, nous sommes en période de croissance. Chaque industrie, chaque compagnie, doit procéder à la restructuration.

Je sais que c'est une question prioritaire pour le président de la Société Radio–Canada. J'ai parlé à M. Manera à ce sujet. L'étude exhaustive qui est faite à l'heure actuelle par le vérificateur général montrera sans doute qu'il est essentiel de procéder de cette façon, mais cela s'applique à n'importe quelle organisation. Je ne suis pas en train de dire que la Société Radio–Canada fonctionne différemment des autres.

M. Hanrahan: Mais c'est très important pour le comité de comprendre de quoi il s'agit. Si vous vouliez conseiller M. Manera, quels seraient les deux domaines clés en matière d'efficacité?

M. Stein: La structure de la société et la distribution.

M. Gallaway (Sarnia—Lambton): Je vais résumer votre exposé. Je crois que vous nous présentez quatre arguments fondamentaux: vous vous opposez à une taxe sur le câble—et je ne peux blâmer personne de s'opposer à une telle taxe—vous défendez la Société Radio–Canada, vous voulez un système de distribution concurrentiel, et vous voulez distribuer des émissions que les Canadiens et Canadiennes veulent voir.

[*Texte*]

We always hear mentioned Mr. Spicer of the CRTC. With respect to the competitive delivery system, how does the CRTC impact upon your competitiveness?

Mr. Simon: The CRTC is, let's say, the invisible hand that makes the market the way it wants. If they just let anyone come into that market and do whatever they want, they're just putting some competitive pressure on us. For example, the video stores rent. We don't have any handle on these guys, and they just rent what people want to watch. On cable we have a priority list, etc., that the CRTC dictates to us, so in some ways it changes our competitive status.

Mr. Gallaway: So the idea of competitiveness in the Canadian cable market is probably an artificial concept. Is that correct?

• 1605

Mr. Stein: It is only to the extent that we come under the Broadcasting Act. Parliament has laid out a structure that says here are objectives that you want to achieve. We've always said that as long as we're on the same basis as everybody else and that is covered by the Broadcasting Act, then we'll accept that.

There are areas, primarily cross-border issues, where it does affect our competitiveness. We're very concerned about power and the direct TV initiative, because we believe that the CRTC has in fact tried to establish for direct home services an equitable balance, imposing on satellite services the same obligations that are imposed on cable companies. For instance, we can only offer one U.S. service for every Canadian service. We have to carry all the Canadian broadcasting services. So we carry a number of obligations, and we just hope that everyone else who operates in Canada has to meet the same obligations.

Mr. Gallaway: At the end of your presentation, you made the statement that you must be able to invest in the content that Canadians will want to watch.

As I recall, you were here previously when we were discussing the information highway. You have no monitoring of what Canadians are watching. You're supplying *x* number of lines or channels into their homes. Is that correct?

Mr. Stein: I wouldn't put it that way. I think that the Canadian cable television industry over the last 15, 20 years, pushed for many of the services that we now have on television.

Mr. Gallaway: That isn't the question. The question is, how do you monitor what people are watching?

Mr. Stein: We get the same audience ratings that everybody else gets.

Mr. Gallaway: All right.

Mr. Stein: Under our customer service standards, we're required to do customer service studies annually, and we also do a number of focus groups. We run a whole series of focus groups across the country where we get firsthand how our consumers are responding.

[*Traduction*]

On entend toujours parler de M. Spicer, du CRTC. Quel est l'impact des décisions du CRTC sur votre capacité de soutenir la concurrence en matière de distribution?

M. Simon: Le CRTC, c'est la main invisible qui manipule le marché comme il le désire. Si ce dernier était ouvert à tous et si ceux-ci pouvaient faire ce qu'ils veulent, cela imposerait davantage de pression concurrentielle. Prenons l'exemple des magasins de location de cassettes vidéo. Ils font ce qu'ils veulent et louent aux gens ce qu'ils veulent regarder. Dans le système de câblodistribution, il existe une liste prioritaire dictée par le CRTC. D'une certaine façon cela modifie notre statut concurrentiel.

M. Gallaway: Par conséquent, le concept de concurrence sur le marché de la câblodistribution canadienne est sans doute artificiel, n'est-ce pas?

M. Stein: Seulement dans la mesure où nous relevons de la Loi sur la radiodiffusion. Le Parlement a établi une structure et des objectifs à atteindre. Nous avons toujours dit que pour autant que nous soyons traités de la même façon que tous les autres et que nous relevions tous de la Loi sur la radiodiffusion, nous accepterions notre situation.

Il y a certains domaines, particulièrement dans les questions transfrontalières, où cela a un impact sur notre compétitivité. Nous nous préoccupons beaucoup du consortium Power Directv, parce que nous croyons que le CRTC a en fait essayé d'établir un équilibre équitable pour les services directs à domicile, qui imposent aux services par satellite les mêmes obligations qu'aux compagnies de câblodistribution. Ainsi, nous pouvons offrir un service américain pour chaque service canadien. Nous devons acheminer tous les services de radiodiffusion canadiens. Nous avons donc certaines obligations, et nous espérons que tous les autres intervenants devront faire de même.

M. Gallaway: À la fin de votre exposé, vous dites que vous devez pouvoir investir dans les émissions que les Canadiens et Canadiennes veulent regarder.

Si je me souviens bien, vous étiez ici lorsque nous discutions de l'autoroute de l'information. Vous ne savez pas ce que les Canadiens regardent. Vous distribuez x lignes ou canaux aux abonnés, n'est-ce pas?

M. Stein: Ce n'est pas comme cela que j'expliquerais la situation. Je crois que l'industrie canadienne de la câblodistribution a insisté au cours des 15 ou 20 dernières années pour que l'on ait le nombre de services que l'on a à l'heure actuelle à la télévision.

M. Gallaway: Ce n'est pas là la question. La question, c'est: comment faites-vous pour savoir ce que les abonnés regardent?

M. Stein: Nous avons les mêmes cotes d'écoute que tout le monde.

M. Gallaway: Très bien.

M. Stein: Nos normes de service à la clientèle nous obligent à procéder à des études annuelles, et nous organisons également toute une série de groupes de consultation d'un bout à l'autre du pays pour recueillir de première main le point de vue des consommateurs.

[*Text*]

Mr. Gallaway: So you know what consumers are saying, or at least you think you do.

Mr. Stein: Yes.

Mr. Gallaway: Are consumers within your focus groups or your polls telling you that they appreciate paying extra money for the CBC on their cable bill?

Mr. Stein: I think what people have been opposed to in those surveys is imposition of an extra tax. They believe they are already paying for the CBC and that it would be unfair to impose an additional tax.

Mr. Gallaway: Are people saying they like the CBC being supplied to their home? I am not talking about *Newsworld*. I am talking about whatever the regular, if I can call it that. . .

Mr. Stein: People say they like the CBC. They support the CBC, but they're opposed to any extra taxes that would be used in addition to the money they already pay for the CBC.

Mr. Gallaway: If they like the CBC, how do you rate it, because you're doing these focus groups? How do you find the relative strength of CBC compared to, let's say, some of the American channels you provide?

Mr. Stein: I think it would vary across the country, but I think people would probably in Canada. . . I am not sure we have that specific a rating.

Mr. Gallaway: I am wondering if you have any priority rating. If you have this mechanism, do you have some sort of a continuum where people say, I prefer this type of program to CBC, or I prefer CTV to CBC?

Mr. Stein: We ourselves have not undertaken specific research to rank particular licences. We have done—we did this in preparation for the last pay and specialty hearing, and we can make this available to the committee—intensive consumer research about what people felt about programming; the kind of programming they got on the cable television services and what kind of new programming and improvements in programming they would like to see. But we did not do it in terms of CBC versus CTV or ABC, that kind of thing. We did it in terms of categories of programming, what kind of programming do you like to see and what do you value for your television viewing?

Mr. Gallaway: Statutory mandate aside with respect to the CBC, do you find that the CBC programming is meeting your market demand, the kind of content you say Canadians want to watch?

The Vice–Chairman (Mr. Ianno): It certainly would be helpful if you sent that information to the clerk. Then all members would have it in front of them and they could see it at some point.

Mr. Stein: Fine. I will do that.

The Vice–Chairman (Mr. Ianno): Would that suffice, Roger, so we can give Bonnie. . .?

Mr. Simon: I just want to tell you that you have to break up the CBC into two parts in answer to this question. If you take, for example, the francophone market, you have a higher share of the market than the anglophone market because of

[*Translation*]

M. Gallaway: Et vous savez donc ce que les consommateurs veulent, ou du moins vous croyez le savoir.

M. Stein: Oui.

M. Gallaway: Est–ce que les consommateurs qui participent à ces groupes de consultation ou qui répondent à vos sondages vous disent qu'ils sont heureux de payer une note de câblodistribution plus élevée à cause de la SRC?

M. Stein: Les abonnés n'aiment pas à mon avis devoir payer une taxe supplémentaire. Ils estiment qu'ils paient déjà pour les émissions de la SRC et qu'il ne serait pas juste d'imposer une taxe supplémentaire.

M. Gallaway: Vous disent–ils qu'ils aiment avoir la SRC sur le câble? Je ne parle pas de *Newsworld*; je parle des émissions ordinaires. . .

M. Stein: Ils disent qu'ils aiment la SRC, qu'ils l'appuient, mais qu'ils ne sont pas d'accord pour payer des taxes supplémentaires en plus de ce qu'ils paient déjà pour la SRC.

M. Gallaway: S'ils aiment la SRC, à quel point l'aiment–ils si on la compare à d'autres canaux comme les canaux américains?

M. Stein: Cela varie d'un endroit à l'autre du pays, mais au Canada, je suppose que les gens. . . Je ne suis pas sûr d'avoir la cote d'écoute précise.

M. Gallaway: Existe–t–il des cotes prioritaires qui vous permettraient de savoir si les gens préfèrent telle ou telle émission à celles de la SRC, s'ils préfèrent CTV à la SRC par exemple?

M. Stein: Notre association n'a pas entrepris de recherche précise quant au classement des différentes compagnies. Nous avons cependant procédé à une recherche exhaustive en matière d'intérêt du public quant à la programmation, et cela, lorsque nous nous sommes préparés pour les dernières audiences sur la télévision payante et les chaînes spécialisées. Nous nous sommes attachés à la programmation des services de câblodistribution, et nous avons demandé au public quel genre de nouvelles émissions et d'améliorations à la programmation existante ils aimeraient avoir. Cependant, nous n'avons pas envisagé les choses sous l'angle de la SRC par rapport à CTV ou ABC, etc. Nous avons plutôt étudié les différentes catégories de programmations, celles qui remportent la faveur du public.

M. Gallaway: Si l'on ne tient pas compte du mandat imposé par la loi à la SRC, estimez–vous que cette société répond aux exigences du marché et que le contenu de ses émissions satisfait le public canadien?

Le vice–président (M. Ianno): Il serait utile que vous transmettiez ce genre d'information au greffier. Tous les membres pourraient alors avoir les renseignements sous les yeux.

M. Stein: Très bien. Cela sera fait.

Le vice–président (M. Ianno): Est–ce que cela suffit, Roger, avant de passer à Bonnie. . .?

M. Simon: Il faut envisager les deux composantes de la SRC pour répondre à votre question. Si vous prenez par exemple le marché francophone, la part qu'y remporte la SRC est plus importante que sur le marché anglophone, où il existe

[*Texte*]

other services available. Overall I guess. . .sure, the Société and CBC play the role of having good Canadian content in Canada, and maybe this is one way they should look at themselves, at what role they want to play in this country over time, because, you know, we always talk about money and inefficiencies, and all these things, when maybe the first question the CBC should ask itself is what is it my customers, my consumers, want, and start from this building a corporation that meets the Canadian needs.

[*Traduction*]

d'autres services disponibles. Dans l'ensemble je dirais que, bien sûr, les réseaux anglais et français de la SRC présentent des émissions ayant un bon contenu canadien au Canada; ils devraient peut–être à l'occasion se demander quel rôle ils veulent jouer dans notre pays au fil des ans, car, vous savez, on parle toujours d'argent et d'inefficacité, et d'autres facteurs du même ordre, alors que la première question que devrait peut–être se poser Radio–Canada, c'est de savoir ce que veulent ses consommateurs et, à partir de là, essayer d'offrir un service qui réponde aux besoins des Canadiens.

• 1610

The Vice–Chairman (Mr. Ianno): Thank you, Roger.

Mr. Stein: I think Pierre is raising a point that is really important, and again, we've also talked about this with the president of the CBC. That is having a community accountability, being able to determine with the community you serve, your viewers, in an open discussion, what it is they value about the CBC or the programming services they offer. We think in a day of direct democracy and discussion means could be found to do that.

The BBC has been doing it for 40 years, and we found through the whole violence research effort we undertook that people in the United Kingdom had a better relationship with their broadcasters, and a lot of it was due to the fact that the BBC does hold community accountability sessions throughout the United Kingdom.

Now I'm not trying to compare the United Kingdom to Canada, but I do think the idea of having the CBC meeting the public in public forums—we'll even open our community channel to be able to do that—those kinds of discussions would get at the kind of questions you have about where the public is in terms of judging the CBC and the value it provides.

The Vice–Chairman (Mr. Ianno): Thank you, Roger. I'm going to go to Suzanne, just for a couple of quick questions, please.

Mrs. Tremblay: I was going to ask for information about who decides what's going to happen with the televising of the debates in the House of Commons. Why, in Montreal, is the English–speaking population not getting that?

Il y a 800 000 anglophones à Montréal qui ne peuvent pas prendre les débats.

M. Simon: Je peux vous répondre et Linda voudra certainement ajouter quelques mots, et cela pour deux raisons: d'abord, à titre de représentante du conseil d'administration de cette organisation–là et ensuite à titre de diffuseur de Montréal. Cependant, je pense que la question se pose très différemment en dehors de ce marché–là, tout simplement à cause de la pénétration du système de câble dans les régions.

Chez–nous, à Rivière–du–Loup, par exemple, notre système est pénétré à 85 p. 100, donc, il y a 85 p. 100 des foyers de ma ville qui reçoivent les services de la Chambre des communes dans les deux langues.

Mme Ahern: Je ne sais pas si je comprends bien votre question, mais CPAC est disponible dans la région de Montréal, tant chez Vidéotron que chez CF Câble TV, donc, j'ai un peu de difficulté à cerner votre question.

Le vice–président (M. Ianno): Merci, Roger.

M. Stein: Pierre soulève un point qui est vraiment important, et, là encore, nous en avons parlé avec le président de Radio–Canada. Il s'agit de rendre des comptes à la collectivité, d'être en mesure d'établir avec les membres du public auxquels s'adressent vos services, vos auditeurs, dans le cadre d'une discussion libre, ce qui leur tient à coeur dans la programmation offerte par Radio–Canada. En cette époque de démocratie et de libre débat, il doit y avoir moyen d'en arriver là.

C'est ce que fait la BBC depuis 40 ans, et, lors de notre étude sur la violence à la télévision, nous avons constaté que les Britanniques entretiennent de meilleures relations avec leurs radiodiffuseurs; cela est dû en bonne partie au fait que la BBC tient, dans tout le Royaume uni, des séances de consultation du public.

Je n'essaie pas de comparer le Royaume uni au Canada, mais si l'on demande aux responsables de Radio–Canada de rencontrer les auditeurs dans le cadre de tribunes publiques—nous mettrons même notre canal communautaire à sa disposition à cette fin—ce genre de débat permettra de répondre aux questions qu'on se pose, à savoir ce que pense le public de Radio–Canada et des valeurs qu'elle perpétue.

Le vice–président (M. Ianno): Merci, Roger. Je vais donner la parole à Suzanne, mais je lui demanderais d'être brève.

Mme Tremblay: J'allais demander des renseignements pour savoir qui décide de l'avenir de la télédiffusion des débats à la Chambre des communes. Pourquoi, à Montréal, les anglophones n'ont–ils pas accès à ce service?

There are in Montreal 800,000 English–speaking people who are not able to follow the debates of the House.

Mr. Simon: I will answer your question, and Linda will certainly add a few words for two reasons; first, as a representative for the board of directors of the corporation and second as a Montreal broadcaster. However, I think the question is very different outside that market simply because of the penetration rate of cable systems in the region.

In my home area, in Rivière–du–Loup, for instance, there is a penetration rate of 85%; therefore, 85% of homes in my community do receive the debates of the House of Commons in both languages.

Ms Ahern: I am not sure I understood well your question, but CPAC is available in the Montreal region, both through Vidéotron and through CF Cable TV; I therefore have some difficulty understanding your question.

[*Text*]

Mme Tremblay: M. Allmand se plaint que les anglophones n'ont pas accès à la Chambre des communes en anglais.

Mme Ahern: La Chambre des communes, chez CF Câble TV, est diffusée avec le son du parquet, donc c'est diffusé dans la langue parlée par les intervenants. Dans le cas de Vidéotron—sa clientèle est majoritairement francophone—, le signal est disponible en français.

Cependant, chez CF Câble TV on rend également une seconde piste audio disponible en anglais pour nos abonnés anglais.

M. Simon: Je pense que votre chiffre de 800 000 vient du fait suivant. Dans la région de Montréal, il y a à peu près trois millions de personnes. Si on prend la proportion de foyers cablés à Montréal, elle est certainement plus basse. Je dirais qu'en moyenne 70 p. 100 sont avec CF Câble TV. Donc, si vous prenez 30 p. 100 de trois millions de personnes, cela fait probablement 900 000 personnes qui n'ont pas accès au câble ou, tout simplement, ne s'abonnent pas au câble. Votre chiffre se trouve peut–être là.

Mr. McKinnon (Brandon—Souris): Thank you very much for your presentation, folks. It interested me in a couple of areas.

Perception in the general public would be that there is a greater and greater concentration of corporate power in fewer and fewer hands in your industry. I'd like your comment on that, and how does this impact in terms of the $40–million programming fund you made reference to, if any?

Mr. Simon: Talking about consolidation, I think it's a time process. It's not something peculiar to this industry. It's something that goes with time and facility bases. You have these big infrastructures to pay for. When you are a small entrepreneur and you're 55 and you have to invest the same that you did in the past 20 years, then maybe you sell out and then this industry is consolidated. But let's not forget there are 800 companies as members of this association. We have a small one with 100 subscribers like Coboconk.

In Ontario I have a 6,000 subsystem, and some other people have a million subsystem. So it's not yet one company industry. I know there is some conciliation going on, but with the challenges we have to face, with the tariff codes and DBS and everything, we need to have strong players in our industry. I guess it's not very much different from other industries.

Mr. McKinnon: I have a supplementary, Mr. Chairman. You rely on production to be done by and large somewhere else to feed into your systems wherever they may be. CBC does some of that production, as do other networks that funnel through the system. Is $40 million really an appropriate amount of money to deliver to whomever in order to satisfy your programming needs?

Mr. Simon: The easy answer is yes. And why?

[*Translation*]

Mrs. Tremblay: Mr. Allmand complains that English–speaking Canadians do not have access to the House of Commons debate in English.

Ms Ahern: On CF Cable TV you can get the floor of the House of Commons; it is therefore broadcasted in the language that is spoken by MPs. On the Vidéotron channel, the viewers of which are mostly French–speaking, the signal is available in French.

However, on CF Cable TV, there is also a second soundtrack available in English for our English–speaking subscribers.

Mr. Simon: I think your figure of 800,000 comes from the following fact. There are about three million people living in the Montreal area. If we take into account the percentage of homes that are cable subscribers, the figure is certainly lower. I would say that on average 70% subscribe to Cf Cable TV. Therefore, if you take 30% of three million people, you get probably 900,000 people who do not have access to cable TV or simply do not subscribe to cable TV. That is perhaps where your figure comes from.

M. McKinnon (Brandon—Souris): Merci beaucoup de votre exposé, qui m'a paru intéressant à divers égards.

Le grand public semble croire que, dans votre secteur d'activité, le pouvoir est de plus en plus concentré dans un nombre de plus en plus restreint d'entreprises. J'aimerais savoir ce que vous en pensez et quelle incidence éventuelle cela peut avoir sur le fonds de programmation de 40 millions de dollars dont vous avez parlé plus tôt.

M. Simon: Pour ce qui est du regroupement des entreprises, c'est une question de temps. Cela n'est pas propre à notre secteur d'activité. C'est un processus qui se fait avec le temps et en fonction des installations disponibles. Il y a une grosse infrastructure à financer. Si vous êtes un petit entrepreneur âgé de 55 ans et que vous devez investir le même montant qu'au cours des 20 dernières années, vous envisagerez peut–être de vendre, et il y aura donc alors regroupement au sein de cette industrie. Mais n'oublions pas que 800 entreprises sont membres de notre association. Nous en avons même une toute petite qui compte à peine 100 abonnés.

• 1615

En Ontario, j'ai un sous–système qui compte 6 000 abonnés, et d'autres en ont qui desservent un million de gens. Nous n'en sommes pas encore arrivés à une situation de monopole. Je sais que certaines fusions ont lieu, mais compte tenu des défis qu'il nous faut relever, en raison des cotes tarifaires, de la TDS et de tout le reste, il nous faut des intervenants solides dans notre industrie. Je suppose qu'il en va de même dans les autres secteurs d'activité.

M. McKinnon: J'ai une question supplémentaire, monsieur le président. Vous espérez diffuser dans vos systèmes des émissions produites ailleurs. Radio–Canada produit une partie des émissions, ainsi que d'autres réseaux qui utilisent le système. Cette somme de 40 millions de dollars est–elle suffisante pour vous assurer de répondre à vos besoins en matière de programmation?

M. Simon: La réponse est oui. Je suppose que vous voulez savoir pourquoi.

[*Texte*]

Mr. McKinnon: That's what I want to know—why?

Mr. Simon: If you take the way it's given to producers, they have to get the licence fee of 35% and they get the 30% of this 35%. So $40 million means $400 million of production in Canada. That $400 million is more than what the broadcasters do today. It's a lot of money when you take the multiple.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I want to focus for a minute on the mandate of the CBC. It seems to me that the mandate of the CBC has become kind of an enshrined set of words with very little meaning. In your document today you've said you believe that the services offered by the CBC, as an expression of its mandate, should be reassessed. Why can't we say something like this: that the mandate as expressed should be reassessed in light of the services the CBC believes it has the responsibility to offer? This is especially in light of the three elements you raise: one, the existence of the new players in the system; two, the changing environment; and three, the reality of the limited public resources available to the CBC.

It seems to me that in all the discussions we've had from the very first day, people still talk about the mandate of the CBC as something that's static and not going to change. I would really like to have some views on that for the record.

Mr. Stein: I'm sure we all have views on that. Is this as a cable television industry or as an individual?

I think the mandate of the CBC in a 500–channel universe, which means that television isn't 500 channels as we know it now but is just a completely different sense of television than we now have, and where people are going to have much more ability to pick and choose, we believe as an industry that it will be crucially important to have something distinctly Canadian. That's why when we went through our whole structural hearing process we at first did not propose a production fund. But when we looked at the issues and responses, we proposed that there should be a program production fund we would contribute to. We felt that not only do we need the right kinds of systems and the new technology, we really need to have Canadian content and strong Canadian content that people will watch. We think that's important and we think the CBC will continue to play an important role in the future in doing that.

However, given the new environment, I think it is up to the CBC to come forward and suggest what their vision is. We've all done this as an industry. Other industries in the telecommunications and broadcasting environment have done that. CF and Quatre–Saisons have gone through a phenomenal realignment of their strategy for dealing with the future, almost along the lines that you suggest. I would say the CBC should have to do the same.

One of the tricky questions is that it's Parliament that sets the mandate for the CBC, but it's your right to say you have major questions about it or realignments. They now operate up to about 14 services in one way or another, radio and television

[*Traduction*]

M. McKinnon: C'est ce que je veux savoir. Pourquoi?

M. Simon: Prenons la façon dont cet argent est remis aux producteurs: ils doivent obtenir les droits de licence de 35 p. 100, et ils obtiennent les 30 p. 100 sur ces 35 p. 100. Autrement dit, 40 millions de dollars représentent 400 millions de dollars de production au Canada. Cette somme de 400 millions dépasse les besoins actuels des radiodiffuseurs. Cela représente beaucoup d'argent lorsqu'on tient compte du coefficient multiplicateur.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je voudrais me pencher un instant sur le mandat de Radio–Canada. À mon avis, le mandat de Radio–Canada est devenu une sorte d'énoncé de principes vide de sens. Dans le document que vous nous avez présenté aujourd'hui, vous dites que, à votre avis, il convient de réévaluer les services offerts par Radio–Canada dans le cadre de son mandat. Pourquoi ne pas faire la recommandation suivante: que le mandat actuel de la société soit réévalué, compte tenu des services qu'elle estime être tenue d'offrir? Et tout cela en tenant compte des trois éléments dont vous parlez: premièrement, l'existence de nouveaux intervenants dans le système; deuxièmement, l'évolution du milieu; et, troisièmement, la réalité des ressources publiques restreintes dont dispose la SRC.

Il me semble que dans toutes les discussions qui ont lieu depuis le tout début, les gens continuent de parler du mandat de Radio–Canada comme s'il s'agissait d'un principe immuable. J'aimerais savoir ce que vous en pensez.

M. Stein: Je suis sûr que nous avons tous une idée sur la question. S'agit–il d'une entreprise de câblodistribution ou d'un particulier?

À mon avis, le mandat de la Société Radio–Canada dans un environnement de 500 canaux—ce qui signifie que la télévision sera totalement différente de ce qu'elle est aujourd'hui, avec ces 500 canaux qui permettront aux téléspectateurs de choisir ce qu'ils veulent—devra plus que jamais mettre l'accent sur la programmation bien canadienne. C'est pourquoi, lorsque nous avons participé à toutes nos audiences de réorganisation, nous n'avons pas proposé au départ la constitution d'un fonds de production. Toutefois, après avoir examiné les questions et les réponses, nous avons proposé de cotiser à un fonds pour la production d'émissions. Nous avons estimé que nous avons non seulement des bons systèmes et de la technologie moderne, mais qu'il nous faut également un contenu canadien fort susceptible d'attirer l'attention des téléspectateurs. Cela nous paraît important, et, à notre avis, la Société Radio–Canada continuera de jouer un rôle important dans l'avenir.

Toutefois, compte tenu du nouveau milieu dans lequel elle évoluera, je pense qu'il incombe à la SRC de nous dire quelle est sa vision. Nous l'avons tous fait dans notre secteur d'activité. D'autres entreprises dans le domaine des télécommunications et de la radiodiffusion l'ont fait également. Les réseaux CF et Quatre–Saisons ont fondamentalement modifié leur stratégie pour l'avenir, en suivant pratiquement les suggestions que vous faites. À mon avis, la Société Radio–Canada devrait faire la même chose.

L'un des problèmes épineux qui se posent, c'est que le Parlement fixe le mandat de la Société Radio–Canada, mais c'est votre droit de dire que son fonctionnement ou ses orientations vous préoccupent. À l'heure actuelle la société exploite environ

[*Text*]

and international services, and that's a lot of services for a crown corporation to run. I think there should be a lot of questions posed on what the mandate of the CBC is. As to its unique objective, we as an industry very much support that.

[*Translation*]

14 services, qu'il s'agisse de radio et de télévision ou de services internationaux, et cela représente une responsabilité énorme pour une société d'État. Je pense qu'il y a lieu de s'interroger sur le mandat de la SRC. Par contre, notre industrie appuie sans réserve l'objectif tout à fait particulier de Radio–Canada.

• 1620

The Vice–Chairman (Mr. Ianno): Thank you. I'd like to ask just a couple of questions, if I may. I am new to the committee so as everyone comes here and talks about the CBC, I am curious about their perspective also.

What profit did the cable industry make last year or the year before?

Mr. Simon: It made $140 million.

The Vice–Chairman (Mr. Ianno): Does that include all the other aspects that are done by the cable company owners in terms of the. . .?

Mr. Simon: If you look at the CRTC statistics, you will see this number for the cable activities. However, if a company is involved in other businesses, such as video stores, this number is not reflected in that $140 million.

The Vice–Chairman (Mr. Ianno): You indicated earlier that you're against the cable tax and that consumers are against the cable tax. When was the last time you asked your consumers if they were against increases in cable fees?

Mr. Simon: We ask them about every year. First, we have a national survey about these things, and second, when we send the bill for additional services, we get an instant and quick survey, I can tell you.

The Vice–Chairman (Mr. Ianno): So when they tell you that they overwhelmingly support increases, they indicate to you that they don't want you to give any of that increase to the CBC.

Mr. Simon: No, this question has never been put to our subscribers, I should be honest with you.

The Vice–Chairman (Mr. Ianno): Was it your opinion or the cable industry's opinion? Whose opinion was it that you indicated earlier in your briefing?

Mr. Stein: What we have done with consumers is ask them what they are willing to pay for and how they are willing to pay for it. What people have indicated to us is that they are willing to pay for services they want to receive. So we put together a basic package of services.

Now, in 1989 and this year the commission froze the price of basic cable television service and has essentially said that any of the future growth in the industry is going to come on the discretionary side. What we're trying to do on the discretionary side is give the consumer a choice. A cable tax is not a choice. When we asked our consumers whether they believed a charge should be imposed for a service they had no choice of receiving, the reply was overwhelmingly no.

Le vice–président (M. Ianno): Merci. J'aimerais poser une ou deux questions si vous le permettez. Je suis membre depuis peu de ce comité, et j'aime donc obtenir quelques renseignements au sujet des témoins qui viennent nous parler de la Société Radio–Canada.

Quels ont été le bénéfices réalisés par les câblodistributeurs l'an dernier ou l'année précédente?

M. Simon: Environ 140 millions de dollars.

Le vice–président (M. Ianno): Cela inclut–il tous les autres services offerts par les câblodistributeurs en ce qui a trait à. . .?

M. Simon: Si vous examinez les statistiques du CRTC, vous y trouverez ce chiffre concernant les activités des câblodistributeurs. Toutefois, si une entreprise a d'autres activités, comme l'exploitation d'un magasin de cassettes vidéo, cela n'est pas inclus dans le montant de 140 millions de dollars.

Le vice–président (M. Ianno): Vous avez dit plus tôt que votre association et les consommateurs s'opposent à l'idée d'une taxe sur le câble. Quand avez–vous demandé pour la dernière fois à vos clients s'ils s'opposaient à une augmentation des frais d'abonnement au câble?

M. Simon: Nous le leur demandons environ tous les ans. Tout d'abord, nous effectuons un sondage national sur ce genre de questions, et en second lieu, lorsque nous envoyons la facture pour des services supplémentaires, je peux vous dire que nous obtenons des réponses sur–le–champ.

Le vice–président (M. Ianno): Ainsi, lorsque les consommateurs vous disent qu'ils appuient sans réserve une augmentation, ils vous précisent qu'ils ne veulent pas que vous en fassiez profiter la SRC.

M. Simon: Non, en toute franchise, je dois vous dire que nous n'avons jamais posé cette question à nos abonnés.

Le vice–président (M. Ianno): L'opinion que vous exprimez dans votre mémoire est–elle la vôtre ou celle des câblodistributeurs?

M. Stein: Nous avons demandé à nos abonnés combien ils sont prêts à payer et de quelle façon. Les consommateurs nous ont dit qu'ils sont prêts à payer des services qui les intéressent. C'est pourquoi nous avons mis au point un ensemble de services de base.

Or, en 1989, et cette année encore, le conseil a bloqué les tarifs du service de base de câblodistribution et déclaré que toute expansion future de cette industrie devra se faire sous forme de services facultatifs. C'est pourquoi nous essayons de donner le choix aux consommateurs. Une taxe sur le câble n'est pas un choix. Lorsque nous avons demandé à nos abonnés si, à leur avis, on devrait leur faire payer un service qu'ils ne seraient pas en droit de choisir, leur réponse a été un non écrasant.

[*Texte*]

The Vice–Chairman (Mr. Ianno): But your question to them was just one question, not with other options and not with some of the background information, I gather.

Mr. Stein: We've done a lot of research out there. I would say that our research has been judged as being very... We had to file it with the commission. It was subject to a lot of questioning and review.

We've also undertaken a number of focus groups because on January 1, 1995, we will launch 10 new Canadian services. This is the greatest Canadianization effort ever in broadcasting. We are working with the new services to make sure we have the best chance possible of a successful launch. On October 1 we launched two new pay services for Canadians quite successfully.

We feel we have a track record of launching services with our customers, and what we have learned from our experience with our customers is that it's the ability to pick what they pay for, not the general imposition of a service and not the general imposition of a fee.

The Vice–Chairman (Mr. Ianno): I have just one last question because I don't want to carry on too much, and I appreciate your information.

When you give them a choice, will that also deal with the basic services so that in effect if they don't want to receive some of the services you call basic, they can get a reduction?

Mr. Stein: No, because the basic is defined by the CRTC as being services we must carry.

The Vice–Chairman (Mr. Ianno): Thank you. We'll just have one last question from Rey and then we'll thank you.

Mr. Pagtakhan (Winnipeg North): When you do research, it is very vital that the conclusion will withstand all scrutiny.

Now, the chair did ask what the options are. One obvious option would be to ask whether they would be prepared to get an increase in service or this program by increasing the cable tax. I doubt that any more than a fraction of a percent would say yes because they wouldn't like to spend anything extra. That's a human nature reaction. However, an option would be to ask whether they would favour a decrease in profit, out of that $140 million. Why did you not ask the question?

• 1625

Mr. Stein: I think that in terms of the profit of the industry, the CRTC did undertake a thorough review twice over the last four years. It indicated that for basic cable rates of 23%, which we had as a benchmark, it would halve it to 11.5%. This is not a return on equity that we are talking about; this is a real freeze on our rates. It did that two years ago. I think we've gone through that review of our profitability and our returns on investment, so I think that issue has already been looked at in terms of what we can do and how our consumers respond.

[*Traduction*]

Le vice–président (M. Ianno): Oui, mais vous leur avez posé une question toute simple, sans leur proposer d'autres options et sans leur fournir tous les renseignements pertinents, je suppose.

M. Stein: Nous avons fait énormément de recherches. Je dirais que ces recherches ont été considérées comme... Nous avons dû déposer les résultats auprès du conseil. Les résultats de nos études ont fait l'objet d'un examen et d'une remise en cause approfondis.

Nous avons également constitué un certain nombre de groupes de consultation, car à compter du 1er janvier 1995 nous lancerons 10 nouveaux services canadiens. Il s'agit de la plus grande initiative de canadianisation jamais entreprise dans le domaine de la radiodiffusion. Nous examinons la question pour nous assurer que les nouveaux services auront toutes les chances de succès lors de leur lancement. Le 1er octobre, nous avons lancé avec succès deux nouveaux services de télévision payante pour les Canadiens.

Nous estimons avoir un bilan positif en matière de création de nouveaux services auprès de nos clients, et nous avons appris par expérience que ce que veulent les consommateurs, c'est pouvoir choisir les services qu'ils payent, et non pas se voir imposer un service ou des frais fixes.

Le vice–président (M. Ianno): J'ai une dernière question à poser, car je ne voudrais pas trop m'étendre sur la question, et je vous sais gré des renseignements que vous me fournissez.

Si vous leur donnez le choix, cela s'appliquera–t–il également aux services de base, de sorte que les abonnés qui ne souhaitent pas recevoir certains de ces fameux services de base pourront obtenir une réduction de tarif?

M. Stein: Non, car les services de base sont définis par le CRTC comme les services que nous devons offrir.

Le vice–président (M. Ianno): Merci. Une dernière question de Rey, après quoi nous en aurons terminé avec vous.

M. Pagtakhan (Winnipeg–Nord): Lorsque vous effectuez des recherches, il est essentiel que les résultats soient indubitables.

Or, le président vous a demandé quelles étaient les options. Une possibilité serait de toute évidence de demander aux abonnés s'ils sont prêts à obtenir le nouveau service ou une nouvelle émission moyennant une augmentation de la taxe sur le câble. Je doute qu'ils soient nombreux à accepter, car les gens ne veulent plus dépenser. C'est une réaction humaine bien naturelle. Toutefois, on pourrait aussi leur demander s'ils sont en faveur d'une diminution des bénéfices, à même ces 140 millions de dollars. Pourquoi n'avez–vous pas posé la question?

M. Stein: En ce qui concerne les bénéfices de l'industrie, le CRTC a étudié la question en profondeur à deux reprises au cours des quatre dernières années. Il a déclaré que les tarifs de base de la câblodistribution, fixés à 23 p. 100, ce qui était notre point de référence, seraient réduits de moitié et ramenés à 11,5 p. 100. Il ne s'agit pas là d'un taux de rendement sur le capital, mais bien d'un gel de nos tarifs. Le CRTC a pris cette décision il y a deux ans. Notre industrie a fait l'objet d'un examen de sa rentabilité et de ses taux de rendement, et je pense que l'on a déjà examiné la question de savoir ce que nous pouvons faire et comment réagissent nos clients.

[*Text*]

Mr. Simon: If I could just add the following, First, there is no direct relation with profit and rates. You may have a system with a low rate and a high profit or a system with a high rate and a low profit, depending where you operate.

You cannot make such an observation about taking a part of the profit. You don't know where this comes from. Say you have a guy in northern Canada where there is a $30 rate. Because he has to face all these costs, he may not even have a profit. If you ask this guy to share his profit, he can't. That's the first thing.

Second, look at what this industry does with the money it receives. It doesn't go to the bank with it. We put much more money every year in the system to make sure we have a Canadian way to deliver all these new services. This includes the CBC in particular. In some places you don't get the CBC if you don't have cable because that off–air transmitter is not relaying the signal to this subscriber.

For example, in my town, you can't receive CBC downtown. You need cable to have CBC. In this way, we already offer a great service to CBC in extending their services for free in a certain way.

The third thing is that the consumers in Canada, through their income taxes, the GST and all these things, already pay for the CBC. So why doesn't the government put a general tax on the public to fund the CBC if it thinks this is the right way to go. I don't think it should look at a particular sector and ask this sector to support this other guy.

Mr. Pagtakhan: I have a supplementary.

The Vice–Chairman (Mr. Ianno): We have people waiting. I am sorry.

Thank you very much for your very informative presentation.

We'll take a two–minute break, then we'll come back.

• 1627

[*Translation*]

M. Simon: Permettez–moi d'ajouter quelque chose. Tout d'abord, il n'y a aucun rapport direct entre le bénéfice et les tarifs. On peut avoir un service dont le tarif est faible et la rentabilité élevée, ou à l'inverse un système qui coûte cher et rapporte peu, selon l'endroit où l'on exploite ces services.

Vous ne pouvez pas faire une telle remarque au sujet d'une diminution des bénéfices, car vous ne savez pas d'où ils viennent. Prenons l'exemple d'un gars qui habite dans le Nord canadien, où le tarif de base est de 30$. Étant donné tous les coûts qu'il doit assumer, il est possible qu'il ne fasse même pas de bénéfice. Si vous lui demandez de partager son bénéfice, cela lui est impossible. Voilà pour la première chose.

Deuxièmement, voyons ce que l'industrie fait de l'argent qu'elle reçoit. Elle ne le dépose pas à la banque. Nous continuons d'investir tous les ans dans le système pour nous assurer que nous disposons d'une entreprise canadienne pour offrir tous ces nouveaux services. Cela s'applique notamment à la SRC. Dans certains endroits, on ne reçoit pas Radio–Canada si l'on n'est pas abonné au câble, car le transmetteur par voie hertzienne ne transmet pas le signal à ces abonnés.

Par exemple, dans ma ville, on ne peut pas recevoir Radio–Canada au centre–ville. Il faut être abonné au câble. Ainsi, nous offrons déjà un grand service à Radio–Canada en diffusant ses services gratuitement d'une certaine façon.

Troisièmement, les consommateurs canadiens, par le biais de l'impôt sur le revenu, de la TPS et de toutes les autres taxes, paient déjà les services de Radio–Canada. Dans ces conditions, pourquoi le gouvernement n'impose–t–il donc pas une taxe générale à l'ensemble des Canadiens, pour financer la SRC, s'il estime que c'est la bonne façon de procéder? Je ne pense pas qu'il doive demander à un secteur en particulier d'en financer un autre.

M. Pagtakhan: J'ai une question supplémentaire.

Le vice–président (M. Ianno): Il y a un autre groupe de témoins qui attendent. Je regrette.

Merci beaucoup de votre exposé très instructif.

Nous allons faire une pause de deux minutes.

• 1631

The Vice–Chairman (Mr. Ianno): We apologize for the delay. As you have seen us in action, I guess we will give you the same latitude as long as the vote is not called and we have to run out. Thank you and please proceed.

Ms Blandina Makkik (Advisor, Inuit Broadcasting Corporation): My name is Blandina Makkik. I'll be speaking on behalf of the Inuit Broadcasting Corporation. I am actually replacing another presenter because unfortunately there was a blizzard in Baker Lake today and the planes couldn't land.

I created Inuktitut children's programming because of my experience, not only with children's programming in Inuktitut but having worked as a producer and executive producer in other areas.

Le vice–président (M. Ianno): Veuillez nous excuser de ce retard. Vous avez pu voir comment fonctionne notre comité, et je suppose que nous vous accorderons la même latitude, à condition de ne pas être obligés d'aller voter. Je vous remercie et vous donne sans tarder la parole.

Mme Blandina Makkik (conseillère, Inuit Broadcasting Corporation): Je m'appelle Blandina Makkik, et je vais parler au nom de la Inuit Broadcasting Corporation. En fait, je remplace la personne qui devait présenter cet exposé, car aujourd'hui les avions n'ont pas pu se poser à Baker Lake en raison d'une forte tempête.

J'ai produit des émissions pour enfants en inuktitut en raison de mon expérience non seulement dans la production ce genre d'émissions, mais également après avoir travaillé dans la production dans d'autres domaines.

[*Texte*]

The Inuit Broadcasting Corporation has been asked to present to this Standing Committee on Canadian Heritage as a leader in aboriginal broadcasting. The Inuit Broadcasting Corporation is one of 13 aboriginal broadcasters funded by the northern native broadcast access program under Canadian Heritage.

Although I am not speaking on behalf of all aboriginal broadcasters, I believe our success as broadcasters, our concerns and recommendations are shared by many of the excellent aboriginal broadcasters of Canada. IBC offers solutions to the problems facing the CBC in serving the aboriginal population of Canada.

I would like to take this opportunity to demonstrate why IBC is successful: our structure, the commitment to the preservation of Inuktitut, the commitment to Inuit culture, and the commitment to serve their audience with meaningful programming that makes a difference in the lives of Inuit.

This presentation will touch on three areas, first the role of Inuit broadcasting in its relationship with its audience; second, how IBC achieves its success with limited financial resources and its experiences with alternative sources of funding; and third, recommendations for the future of Canadian Inuit broadcasting in a multi-channel universe for the benefit of Inuit and all Canadians.

These recommendations will not only assist in promoting positive images of aboriginal people but work towards our national goal of Canadian unity as we work to help all Canadians understand the culture, goals and aspirations of our people from our perspective.

There are no alternative revenue sources for the CBC in the eastern Arctic. IBC has exhausted them in their efforts to maintain programming after the 1991 cuts. The next few years will be a struggle for survival as news of additional cuts circulate. I am here today in an attempt to convince you of the importance of Inuktitut programming, the importance of recognizing IBC's contribution to Canadian broadcasting, and the importance of increasing funding and not reducing it.

• 1635

Rather than asking what alternative revenue sources the CBC should look into, let's look at the alternative broadcasting model of the Inuit Broadcasting Corporation—a model that is publicly funded, is cost effective and meets the mandate of the Broadcasting Act.

The success of aboriginal broadcasting exceeded expectations. IBC used the technology of television to make programming that matters to Inuit—programming in Inuktitut.

[*Traduction*]

On a demandé à l'Inuit Broadcasting Corporation de faire un exposé au Comité permanent du patrimoine canadien, à titre de chef de file de la radiodiffusion autochtone au Canada. Notre organisme est l'un des 13 radiodiffuseurs autochtones que finance le Programme d'accès des autochtones du Nord à la radiodiffusion du ministère du Patrimoine canadien.

Bien que je ne m'exprime pas au nom de l'ensemble des radiodiffuseurs autochtones du Canada, je crois que bon nombre d'entre eux, qui sont excellents, connaissent des succès semblables au nôtre et partagent nos soucis et nos recommandations. La IBC propose des solutions aux problèmes auxquels la SRC fait face au chapitre des services à la population autochtone du Canada.

Je tiens à profiter de l'occasion pour démontrer les motifs de notre réussite: notre structure, notre volonté de préserver l'inuktitut, notre engagement envers la culture inuite et notre détermination à offrir à notre public des programmes pertinents qui aient une incidence sur la vie des Inuits.

Notre exposé abordera trois thèmes: tout d'abord, le rôle de l'Inuit Broadcasting Corporation et ses rapports avec son auditoire; deuxièmement, la manière dont la IBC réussit avec des ressources financières limitées et son expérience relativement à d'autres sources de financement; enfin, des recommandations, dans l'intérêt des Inuits et de tous les Canadiens, sur l'avenir de la radiodiffusion inuite au Canada dans un paysage aux multiples canaux.

Non seulement nos recommandations aideront à promouvoir une image positive des peuples autochtones, mais elles permettront d'atteindre nos objectifs nationaux en matière d'unité canadienne, alors que nous tentons de faire en sorte que l'ensemble des Canadiens comprennent la culture, les buts et les aspirations de notre peuple, et ce, depuis notre perspective.

Dans l'Arctique de l'Est, il n'existe pas d'autres sources de revenus possibles pour la SRC. La IBC les a épuisées dans ses tentatives en vue de maintenir la programmation au lendemain des coupures de 1991. Au cours des quelques prochaines années, il faudra se battre pour survivre, étant donné les rumeurs qui circulent au sujet de nouvelles compressions budgétaires. Je comparais aujourd'hui dans le but de vous convaincre de l'importance de la programmation en inuktitut, de la nécessité de reconnaître le rôle que la IBC joue dans le domaine de la radiodiffusion canadienne et de l'importance d'accroître le financement au lieu de le réduire.

Au lieu de s'interroger sur les autres sources de revenus que devrait envisager la SRC, examinons plutôt l'autre modèle de radiodiffusion que représente la Inuit Broadcasting Corporation: une entreprise financée par le secteur public, qui est rentable et atteint les objectifs de la Loi sur la radiodiffusion.

Le succès de la radiodiffusion autochtone a dépassé toutes les attentes. La IBC a employé la technologie de la télévision pour produire une programmation qui importe aux Inuits, une programmation en inuktitut.

[*Text*]

IBC programming provides a lifeline for our culture by teaching our children, giving our elders advice and providing a link for Inuit to discuss and reflect on our past, comment on the present and look towards the future. IBC produces award–winning programs that are entertaining and informative, preserving and promoting our culture and development as a unique people.

In 1999 the official language of Nunavut Territory will be Inuktitut. Who better to be the official broadcaster for our region than IBC? IBC has the qualifications to promote and preserve the Inuit language and culture, producing truly Canadian programming about and for Inuit.

IBC produces 130 hours of original Inuktitut programming every year with 5 production centres and 44 staff. Programming includes cultural entertainment, current events and children's, teens' and interactive phone–in programming.

I could quote statistics to you and read out eloquent quotes about the importance and impact of IBC over the years, but I think the only way you could truly understand the impact of this programming in our own language would be to come and visit us. Come into our homes and see how vital and extremely important this programming is for our people.

From here it's difficult to imagine the importance of IBC programming in the daily lives of people living in extremely remote communities. If you could see how Inuit have adapted television first, then you would believe in IBC and in aboriginal broadcasting and broadcasters. But how can you measure this kind of impact with statistics in a place where the Bureau of Broadcast Measurement does not collect data, as advertisers are not interested in the small numbers of people who live there?

IBC responds to the needs of its audience. When the Kitikmeot of the central Arctic requested programming in their dialect—as there are many different dialects in IBC programs in all—IBC, with its limited financial capabilities, did go in and open a centre there.

This comes from the request of the people. Again, at the board level the Inuit Broadcasting Corporation is very accountable to the people it serves, because the board are Inuit and their staff are Inuit, so they understand each other. It's a more effective way of dealing with the people you're serving if you're one of the community.

Each year IBC operates on less and less money. In 1991 the operational budget was $3.1 million. Currently it is $2.6 million, and by 1996 this figure will drop to $2 million a year to produce the same amount of programming they do at the present time.

[*Translation*]

La programmation de la IBC vise à promouvoir notre culture en montrant à nos enfants notre manière de vivre, en donnant une voix à nos anciens et en offrant un lien qui permet à tous les Inuits de discuter de leur passé et de leur avenir, et de le refléter. La IBC produit des programmes divertissants ou instructifs qui sont primés et qui préservent notre culture et notre développement en tant que peuple unique, tout en en faisant la promotion.

En 1999, la langue officielle du territoire du Nunavut sera l'inuktitut. Qui d'autre que la IBC sera mieux à même d'être le radiodiffuseur public officiel dans notre région? Nous sommes dûment qualifiés pour promouvoir et préserver la langue et la culture qui nous sont propres, en produisant des programmes canadiens sur les Inuits et à leur intention.

La Inuit Broadcasting Corporation produit chaque année 130 heures de programmation télévisuelle originale en inuktitut, à partir de cinq centres de production et grâce à 44 employés. Nous produisons des émissions dans les catégories suivantes: culture, spectacles, affaires publiques, enfants, adolescents et tribunes téléphoniques.

Je pourrais vous présenter des statistiques et vous citer des déclarations éloquentes faites au fil des ans sur l'importance et l'incidence de la IBC, mais je pense que la meilleure façon pour vous de comprendre l'incidence de cette programmation dans notre propre langue, c'est de venir sur place constater ce qu'il en est. Venez chez nous, et vous verrez à quel point cette programmation revêt une importance cruciale pour notre peuple.

Vu d'ici, il est difficile de s'imaginer l'importance de cette programmation dans la vie quotidienne des résidents des collectivités isolées. Si vous pouviez voir vous–mêmes comment les Inuits ont adapté la télévision, vous auriez confiance dans la IBC et les radiodiffuseurs autochtones. Toutefois, comment peut–on mesurer ce genre d'impact avec des statistiques dans un endroit où Sondages BBM ne recueille pas de données parce que sa population relativement petite n'intéresse pas les annonceurs?

La IBC répond aux besoins de son public. Lorsque les habitants de notre région de Kitikmeot, dans le centre de l'Arctique, ont exigé un service dans leur dialecte—car la IBC diffuse des émissions dans un grand nombre de dialectes—nous avons trouvé un moyen de les desservir avec des ressources limitées en ouvrant un centre de radiodiffusion dans la région.

Cette initiative a été prise à la demande de la population. Encore une fois, le conseil d'administration de la Inuit Broadcasting Corporation assume une grande responsabilité envers les personnes qu'il dessert, car les membres du conseil d'administration et les employés sont tous des Inuits, de sorte qu'ils se comprennent bien les uns les autres. Lorsqu'on fait partie de la collectivité, il est plus facile de traiter avec le public que l'on sert.

Chaque année, nous fonctionnons avec de moins en moins de ressources. En 1991, notre budget d'exploitation était de 3,1 millions de dollars. Actuellement, il est de 2,6 millions, et, d'ici à la fin de 1996, nous devrons sans doute fonctionner avec 2 millions de dollars par année, pour produire le même nombre d'émissions qu'à l'heure actuelle.

[*Texte*]

If the 5% projected cut is imposed, it will lead to further erosion of one of the strongest indigenous cultures in Canada today. Inuktitut is very strong, and being able to hear and see about events in your own language is something I cannot emphasize enough.

[*Traduction*]

Si l'on réduit comme prévu notre budget de 5 p. 100, cela sera un autre coup dur pour l'une des cultures autochtones les plus fortes existant actuellement au Canada. L'inuktitut est très fort, et je ne saurais trop insister sur l'importance pour nous de pouvoir suivre les événements dans notre propre langue.

• 1640

Imagine that you perhaps visit a country. You don't understand the language. You can't read the newspaper. You would rely on interpreters. For many of the Inuit in our communities, this is one of the alternatives: watching television that one doesn't understand. Its impact is quite critical, and I'll mention that a bit later on.

Imaginez que vous visitez peut–être un pays dont vous ne comprenez pas la langue, dont vous ne pouvez pas lire les journaux, et où vous compteriez sur des interprètes. Pour beaucoup d'Inuits dans nos collectivités, voilà l'une des solutions de rechange: regarder une télévision que l'on ne comprend pas. L'incidence en est critique, et je reviendrai là–dessus tout à l'heure.

Although IBC does access other forms of funding, it could not exist without core funding from the federal government. This funding provides a base from which other fund–raising ventures are initiated. This year some of the possible funding sources have been reduced or eliminated due to changes in the criteria of the programs, and cutbacks.

Bien que nous ayons accès à d'autres formes de financement, nous ne pourrions pas exister sans un financement de base fourni par le gouvernement fédéral, auquel viennent se greffer toutes les autres activités de levée de fonds. Cette année, certaines de nos sources possibles de financement ont diminué ou se sont taries en raison de changements apportés aux critères relatifs aux programmes et à la suite de restrictions.

The last few years have been an immense struggle for the IBC. Staff are involved in trying to raise more funds by setting up subsidiaries that sell equipment, producing programming for government and corporate clients, approaching charitable foundations and other government agencies for specific programs, and participating in fund–raising events.

Les dernières années ont été une immense lutte pour la Inuit Broadcasting Corporation. Tout le personnel participe à la recherche de fonds supplémentaires en constituant des groupes affiliés qui vendent de l'équipement et produisent des émissions pour des clients (gouvernement et entreprises), rédigent des propositions à l'intention d'organismes de bienfaisance et d'autres organismes gouvernementaux de financement pour des émissions déterminées, et participent à des activités de collecte de fonds.

Many of these initiatives are withering as all governments cut back their programs. As NNBAP is cut, staff is cut, and the ability to raise other sources of revenue also diminishes. If the CBC is not able to provide services as recommended in various task force reports and the CRTC, then alternatives must be considered. IBC has a vested interest to serve the Inuit of Nunavut and it is an alternative model that works.

Bon nombre de ces initiatives donnent de moins en moins de résultats, car tous les gouvernements coupent dans leurs programmes. À mesure que les fonds du PAANR diminuent, notre personnel en fait autant, de même que notre capacité de trouver d'autres sources de revenu. S'il est impossible pour la SRC de fournir les services recommandés dans divers rapports de groupes de travail et par le CRTC, nous devons envisager des solutions de rechange. La IBC a un intérêt dévolu à l'égard du service aux Inuits du Nunavut, et c'est un autre type de modèle qui a fait ses preuves.

IBC recommends that the federal government should increase funding to aboriginal broadcasters to provide the services that CBC has been unable to provide in areas of pan–Arctic television news broadcasting and radio broadcasting in isolated areas. IBC's track record in providing excellent, cost–effective services demonstrates its ability to take on this task with adequate funding.

Nous recommandons que le gouvernement fédéral augmente le financement destiné aux radiodiffuseurs autochtones pour leur permettre d'offrir des services que la SRC ne peut fournir dans les domaines des nouvelles télévisées et radiodiffusées pan–arctiques dans les régions non desservies. Les services excellents et rentables que nous avons rendus par le passé témoignent de notre capacité d'entreprendre cette tâche, moyennant un financement adéquat.

If the recommendations that follow are implemented, the Canadian broadcasting system will be richer and more valuable for all. As the Inuit Broadcasting Corporation is a cost–effective way for Inuit to create our own programming by Inuit and for Inuit, we recommend that the federal government should invest in northern aboriginal programming and northern–aboriginal–controlled broadcasting organizations as Canadian public broadcasters.

Si les recommandations suivantes sont appliquées, le système canadien de radiodiffusion sera plus riche et plus précieux pour tous les Canadiens. Étant donné que la Inuit Broadcasting Corporation est un moyen économique permettant aux Inuits de créer leurs propres émissions à l'intention de leurs concitoyens, nous recommandons que le gouvernement fédéral investisse dans les organismes de diffusion du Nord contrôlés par les autochtones et les considère comme des radiodiffuseurs publics canadiens.

[*Text*]

The Inuit Broadcasting Corporation has succeeded in serving our own people using our own models of public broadcasting for the production of programming. We recommend that the federal government, in consultation with aboriginal people, should review the success of northern aboriginal broadcasting with the intention of learning from our successes and applying our models for effective public broadcasting.

IBC provides a public service in a cost–effective manner. Public–sector models do not work in the eastern Arctic due to the population base. Inuit provide service to Inuit effectively with our public broadcasting model. We recommend that the federal government should expand funding to northern aboriginal broadcasters as a cost–effective and efficient means to meet the aims of the Broadcasting Act.

Aboriginal broadcasters have succeeded as public broadcasters for many years, and we can do more with adequate funding. We recommend that the federal government should fund northern aboriginal broadcasters to deliver pan–Arctic television news and radio programming to unserved areas. The need for Inuktitut programming is crucial in Nunavut for the development and self–government aspirations of Inuit. We recommend that the federal government recognize Inuktitut as an official language, as the Northwest Territories has done, and fund broadcasting appropriately.

The success of aboriginal broadcasters and their need for public funding must be recognized to truly enhance the full Canadian broadcasting system. We recommend that the federal government should fully recognize aboriginal broadcasters in the Broadcasting Act.

• 1645

Cultural products produced by aboriginal people are unique and sacred to Canada as a nation. The programming of IBC would be of interest to a national audience; however, assistance is required to version programming for distribution outside of the north.

We recommend that the federal government recognize the programming of aboriginal broadcasters as integral to the social fabric of Canadian society and assist financially to version programming for distribution to all regions of Canada to meet the aims of the Broadcasting Act.

There are no roads in the eastern Arctic linking communities. We are linked by communication. This is of primary need in remote communities.

We recommend that the federal government recognize the northern communication infrastructure as an essential basic service that must be funded publicly in order for the north to build its own communications roads so that northerners can live, work, communicate and govern on the northern information highway.

I would like to end by just mentioning, as I had earlier, that I did create children's Inuktitut programming. Prior to that we had not had television. My community had actively protested when CBC wanted to come in and put television into our

[*Translation*]

Nous avons réussi à servir notre peuple en utilisant nos propres modèles de radiodiffusion publique pour la production d'émissions. Nous recommandons que le gouvernement fédéral, en consultation avec les autochtones, examine le succès obtenu par la radiodiffusion autochtones dans le Nord, avec l'intention d'en tirer des renseignements utiles et d'appliquer nos modèles pour une radiodiffusion publique efficace.

La IBC offre un service public de façon économique. Les modèles du secteur public ne fonctionnent pas dans l'Arctique de l'Est à cause du facteur démographique. Grâce à notre modèle de radiodiffusion publique, les Inuits offrent ce service aux Inuits de façon efficace. Nous recommandons que le gouvernement fédéral accroisse le financement des radiodiffuseurs autochtones dans le Nord afin d'atteindre, de façon rentable et efficace, les objectifs préconisés dans la Loi sur la radiodiffusion.

Depuis de nombreuses années, les radiodiffuseurs autochtones réussissent à offrir un service public, et ils peuvent en faire plus avec un financement adéquat. Nous recommandons que le gouvernement fédéral subventionne les radiodiffuseurs autochtones dans le Nord pour qu'ils présentent des nouvelles télévisées et des émissions radiophoniques panarctiques dans les régions non desservies. Les émissions en inuktitut sont cruciales pour répondre aux aspirations des Inuits en matière de développement et d'autonomie gouvernementale. Nous recommandons que le gouvernement fédéral reconnaisse l'inuktitut à titre de langue officielle, comme l'a fait le gouvernement des Territoires du Nord–Ouest, et finance la radiodiffusion en conséquence.

Il faut reconnaître le succès des radiodiffuseurs autochtones et leurs besoins de fonds publics pour promouvoir véritablement l'intégrité du système canadien de radiodiffusion. Nous recommandons que le gouvernement fédéral reconnaisse entièrement les radiodiffuseurs autochtones dans la Loi sur la radiodiffusion.

Les produits culturels des autochtones sont uniques et sacrés pour l'ensemble de la population canadienne. La programmation de la IBC intéresserait un auditoire national; toutefois, nous avons besoin d'aide pour procéder au doublage afin de distribuer nos émissions dans d'autres régions du pays.

Nous recommandons que le gouvernement fédéral reconnaisse que la programmation des radiodiffuseurs autochtones est une partie intégrante du tissu social de la société canadienne, et qu'il contribue financièrement à une programmation axée sur le doublage, aux fins de distribution dans toutes les régions du Canada, afin d'atteindre les objectifs de la Loi sur la radiodiffusion.

Dans l'Arctique de l'Est, il n'y a pas de routes reliant les différentes collectivités. Nous communiquons par la voie des ondes. Pour les collectivités éloignées, il s'agit d'un besoin essentiel.

Nous recommandons que le gouvernement fédéral reconnaisse l'infrastructure de communication du Nord comme un service essentiel de base devant être financé publiquement afin que le Nord puisse construire ses propres voies de communication, de manière que ses habitants puissent vivre, travailler, communiquer et gouverner grâce à l'autoroute de l'information du Nord.

Pour terminer, permettez–moi de signaler, comme je l'ai fait tout à l'heure, que j'ai créé des émissions pour enfants en inuktitut. Auparavant, nous n'avions pas de télévision. Ma collectivité a activement protesté quand la SRC a voulu nous

[*Texte*]

homes. We asked why we should put it in our homes if it was of no value, if we couldn't understand what we would be receiving. We said we didn't want it until we could have programming we could understand, in Inuktitut.

Finally came the day when IBC was created. I eventually joined the IBC to do children's programming. I had seen the effects of television when it came to our homes. Children who were unilingual in Inuktitut, with the advent of television. . .although IBC did have some programming, it was very minimal. Soon the children were singing McDonald's jingles when there wasn't a McDonald's to be seen for several thousand miles.

With the advent of multi–channels, we'll see more Geraldo–type shows and all these programs some of us don't appreciate as much as perhaps others do. We hear our Canadian identity is being eroded by American broadcast programs. That is further multiplied if you take into account that all the languages. . .with the exception of the programming done by Inuit Broadcasting Corporation in the people's language in the area of Nunavut.

I would just implore you to listen to some of what I've said today. I thank you.

The Vice–Chairman (Mr. Ianno): Thank you for that well–thought–out presentation. We will ask questions after we hear from our other presenters.

Mr. Ray Fox (President and CEO, National Aboriginal Communications Society): Thank you very much for allowing us this opportunity. We really appreciate it. We always like to thank people who would take the choice to talk to us rather than about us. I appreciate that very much.

My name is Ray Fox. I'm currently the president and chief executive officer of the National Aboriginal Communications Society of Canada. On behalf of the members of the National Aboriginal Communications Society, I would like to take this opportunity to present a proposal that I believe would be of mutual benefit to the Canadian Broadcasting Corporation and the aboriginal peoples of Canada.

For the last while, the NACS people have been busy creating a national aboriginal communications network along with a lot of other initiatives. This includes an aboriginal news directors' association, for example.

As you may or may not know, NACS is made up of 21 member organizations. Its mandate is to promote relevant media services to aboriginal populations of Canada.

The advantages of a national native communications network are obvious. Between our membership we are able to share news stories, contact names, and so on. However, we have encountered a common problem: access to a national means of distribution. That's where we feel the Canadian Broadcasting Corporation could be of invaluable assistance to us by providing NACS with distribution access for a time slot of aboriginal programming distributed on the CBC radio system nationally.

[*Traduction*]

apporter la télévision à domicile. Nous nous sommes interrogés sur le bien–fondé de cette initiative, car nous n'étions pas en mesure de comprendre les émissions que nous allions recevoir. Nous avons dit que nous ne voulions pas de la SRC tant qu'elle n'offrirait pas des émissions que nous pourrions comprendre, c'est–à–dire en inuktitut.

Enfin, on a créé la IBC, et j'ai été finalement embauchée pour produire des émissions pour enfants. J'avais vu les effets de la télévision quand elle est arrivée dans nos domiciles. Les enfants qui ne parlaient que l'inuktitut. . . même si la IBC avait quelques émissions, elles étaient très insuffisantes. Très vite, les enfants se sont mis à chanter les couplets publicitaires des restaurants McDonald, alors que le plus proche se trouvait à des milliers de kilomètres.

Avec la multiplication des canaux, nous allons voir plus d'émissions du genre *Geraldo* et toutes les autres que certains d'entre nous n'apprécient peut–être pas autant que d'autres. Nous entendons dire que notre identité canadienne est en train de s'effriter sous l'effet des émissions américaines. Cette situation est encore plus grave si l'on tient compte du fait que toutes les langues. . . sauf en ce qui concerne les émissions de la Inuit Broadcasting Corporation, qui sont produites dans la langue de la population du Nunavut.

Je vous exhorte à prendre en considération ce que je vous ai dit aujourd'hui. Merci.

Le vice–président (M. Ianno): Je vous remercie pour votre témoignage bien pensé. Nous poserons des questions après avoir entendu les autres témoins.

M. Ray Fox (président–directeur général, National Aboriginal Communications Society): Merci beaucoup de nous avoir invités. Nous vous en sommes vraiment reconnaissants. Nous tenons toujours à remercier ceux qui choisissent de nous parler au lieu de parler de nous. Cela nous touche beaucoup.

Je m'appelle Ray Fox. Je suis actuellement président–directeur général de la National Aboriginal Communications Society du Canada. Au nom de notre association, je voudrais profiter de cette occasion pour vous présenter une proposition qui, à mon avis, serait mutuellement bénéfique à la SRC et aux autochtones du Canada.

Au cours des dernières années, la NACS s'est attachée à mettre sur pied un réseau national de communication autochtone et bien d'autres initiatives, notamment l'association autochtone des directeurs de nouvelles.

Vous savez peut–être que la NACS compte 21 organisations membres. Son mandat est de promouvoir des services médiatiques pertinents pour les peuples autochtones du Canada.

Les avantages du réseau national de communication autochtone sont évidents. Nos membres se communiquent des nouvelles, des noms de personnes–ressources, etc. Cependant, nous faisons face à un problème commun: l'accès à un réseau national de distribution. À notre avis, c'est dans ce domaine que Radio–Canada pourrait nous apporter une aide inestimable en mettant à notre disposition un créneau dans son réseau pour nous permettre de diffuser les émissions autochtones à l'échelle

[*Text*]

We believe this arrangement would be mutually advantageous to the CBC and NACS in several ways—more specifically, a one–hour time slot. The day and time could be determined, of course, by the CBC in consultation with NACS members. This would increase the CBC's native content without increasing costs as the production and content would be the responsibility of the NACS membership.

[*Translation*]

nationale. Nous croyons que cet arrangement serait mutuellement avantageux pour la SRC et la NACS à bien des égards—nous pensons plus précisément à un créneau d'une heure. Bien entendu, le jour et l'heure de diffusion pourraient être déterminés par la SRC en consultation avec les membres de la NACS. Cela augmenterait le contenu autochtone de la programmation de la SRC sans en accroître les coûts, car les membres de la NACS s'occuperaient de la production et du contenu.

• 1650

For NACS, the arrangement would be that it would provide a means to ensure aboriginal people in Canada—throughout Canada, not only specific to the north—are receiving relevant information on matters that are of concern to them. One of the biggest problems we have now is that we have programming that is literally bursting at the seams but with no means of distribution.

According to our last census, undertaken by Statistics Canada, a majority of our aboriginal population is now in urban centres, which, in some ways, has to give us the opportunity to come back a little way and look again at the problem and see that the people who are away from their home environment and their communities are, perhaps, in just as bad if not more need of this type of programming that we offer than the people who are in the communities; at least in the communities they have an extended family and a language base and use that they can take advantage of.

We have to be able to look at aboriginal people as a whole throughout Canada. The only way we can see of accomplishing something like this is to ask if this committee would be prepared to make a recommendation that the Canadian Broadcasting Corporation give us the access time we require to be able to provide relevant programming to the aboriginal population of Canada.

As mentioned, in terms of dollars and cents it would not cost the CBC any more money than it costs now and it would help them to fill that mandate. As our relationship exists with the CBC currently, as national broadcasters throughout Canada, we have somewhere between 150 and 200 hours of regional programming per day that is being generated by our broadcasters. We have somewhere in the area of 200 to 300 employees across the country who work in aboriginal communications. We also carry several language programs within that context.

What we do lack is a national means of distribution for this programming. I would like to propose that this would be a cost benefit to the CBC. It would help them in their mandate. Beyond that, it may help to alleviate part of the situation within the CBC now, that of the equal opportunity and employment equity that they are currently faced with and cannot fulfil.

All in all, I believe the proposal is a good proposal and would help, I think, in terms of the role of the CBC in the multi–channel universe, including the success criteria rather appropriate to Canada's public broadcasters. I think the proposal is in keeping with the news communiqué that we received here as to the review of the role of the CBC, also regarding how the CBC plans to provide its mandated services within the projected fiscal situation. As I said, it would not cost anybody any more money and I think it would be mutually advantageous.

Un tel arrangement donnerait à la NACS le moyen de veiller à ce que les autochtones du Canada—et pas seulement ceux du Nord—reçoivent des informations pertinentes sur les questions qui les préoccupent. Actuellement, l'un de nos plus gros problèmes réside dans le fait que nous avons énormément d'émissions, mais ne disposons d'aucun moyen de distribution.

D'après le dernier recensement de Statistique Canada, la plupart des autochtones vivent maintenant dans des centres urbains, ce qui, d'une certaine façon, nous donne une autre occasion de réfléchir sur le problème et de voir que les gens qui vivent loin de leur milieu natal et de leur collectivité ont peut–être autant, sinon plus, besoin de ce genre d'émissions que nous offrons que ceux qui vivent dans les collectivités; ici, on a au moins une famille élargie et une langue qui nous avantage.

Nous devons être en mesure de considérer les autochtones comme une entité dans l'ensemble du pays. La seule façon d'atteindre cet objectif consiste à se demander si ce comité est prêt à recommander que la Société Radio–Canada nous donne le temps d'antenne dont nous avons besoin pour fournir des émissions pertinentes aux peuples autochtones du Canada.

Comme je l'ai dit, sur le plan financier, cela ne coûterait pas un sou de plus à la SRC et cela l'aiderait à remplir son mandat. Compte tenu de nos rapports actuels avec la SRC, et en tant que radiodiffuseurs nationaux, nous produisons entre 150 et 200 heures d'émissions régionales par jour. Nous avons de 200 à 300 employés dans toutes les régions du pays qui s'occupent des communications autochtones. De plus, nous produisons des émissions dans plusieurs langues.

Ce qui nous manque, c'est un moyen de distribuer nos émissions à l'échelle nationale. Sur le plan financier, notre proposition serait bénéfique à la SRC. Elle aiderait la société d'État à remplir son mandat. Elle l'aiderait également à régler en partie un problème auquel elle fait face actuellement, celui des objectifs d'équité en matière d'emploi, qu'elle n'arrive toujours pas à atteindre.

Tout compte fait, je crois que notre proposition est bonne et qu'elle aiderait la SRC à jouer son rôle dans le cadre de la multiplication des canaux, et notamment à remplir le critère de succès qui s'applique aux radiodiffuseurs publics du Canada. Je pense que la proposition cadre avec le contenu du communiqué de presse que nous avons reçu ici et qui portait sur l'examen du rôle de la SRC et sur la façon dont la société compte s'acquitter de son mandat malgré les restrictions budgétaires qui lui sont imposées. Comme je l'ai déjà dit, notre proposition ne coûtera pas un sou de plus à qui que ce soit et elle sera mutuellement avantageuse.

[*Texte*]

The impact of advertising is something we have to address. As was eloquently stated by our colleagues here, there is no advertising out there, at least not where we are. If the CBC is going to come along and compete with us on a dollar for dollar basis for advertising in the small communities that already don't have any money, then you can bet there's going to be serious consequences down the road.

I'd like to take this opportunity to introduce Lawrence Martin from one of our communications societies in northern Ontario who will finish up for us here. Thank you.

Mr. Lawrence Martin (Executive Director, Wawatay Native Communications Society, National Aboriginal Communications Society): I'm the executive director of Wawatay Native Communications Society based out of Silico, Ontario and Moose Factory. I'm here to represent a bit Wawatay's views on what we are talking about here today.

Specifically, I just want to address these issues as one of the aboriginal broadcasters here in Canada who, like many of us, has been hit since 1980 with very significant funding reductions by the government. The effects of these decreased funds have been quite negative to our audiences, especially when we're also now facing the multi-channel challenges we are all talking about here. I just wanted to point out how we have ourselves been reacting to these and how maybe by telling you this, it might be an example of what CBC may also be finding itself in.

• 1655

Wawatay has had to consider its position as a public broadcaster in the light of greatly reduced funding. We have to meet our service commitments within the environment of extreme fiscal constraint and we have to explore alternative revenue sources for the aim of secure long-term organizational stability.

In Wawatay's case we began as an alliance of aboriginal community radio stations based in northern Ontario. Today Wawatay is a multi-media organization. Our aboriginal language radio and television programming reaches 45 communities that are scattered across 300,000 square kilometres of land in northern Ontario known as the Nishnawbe-Aski Nation. In addition, we publish a self-sustaining newspaper, the *Wawatay News*, that is read by more than 28,000 people every two weeks.

Wawatay maintains two production centres that distribute 3,100 hours per year of live daily current affairs radio. These centres double as our television production facilities, where we produce original drama, documentary and news and information programming for weekly television. Wawatay is core funded by the northern native broadcast access program at $1.2 million. Our programs are produced in the Cree and Ojibway languages and our main production centres are in Sioux Lookout and in Moose Factory.

It is significant to note that most of our communities do not receive CBC television or radio programming. CBC access is now available only in Big Trout Lake, Fort Hope, Sandy Lake, Osnaburgh and Pikangikum. However, the north has been

[*Traduction*]

Nous devons étudier l'incidence de la publicité. Comme nos collègues ici l'ont dit de façon éloquente, il n'y a pas de publicité dans notre région. Si la SRC veut rivaliser avec nous pour les revenus publicitaires dans les petites collectivités qui n'ont déjà pas d'argent, on peut parier que cela va entraîner des conséquences graves.

Maintenant, permettez-moi de vous présenter M. Lawrence Martin, qui représente l'une de nos associations de communication du Nord de l'Ontario, et qui va conclure notre témoignage. Je vous remercie.

M. Lawrence Martin (directeur général, Wawatay Native Communications Society, National Aboriginal Communications Society): Je suis directeur général de la Wawatay Native Communications Society, dont le siège social est situé à Silico, en Ontario, et à Moose Factory. Je suis ici pour présenter le point de vue de Wawatay sur la question qui nous intéresse ici aujourd'hui.

Plus précisément, j'interviens en tant que radiodiffuseur autochtone canadien qui, comme bien d'autres, a vu ses subventions considérablement réduites par le gouvernement depuis 1980. Ces réductions ont eu une incidence assez négative sur nos auditoires, surtout dans le contexte actuel, où nous faisons face aux défis que présente la multiplication des canaux, dont nous parlons tous ici. Je tenais à vous dire comment nous réagissons nous-mêmes à ces réductions, et cela pourrait illustrer la situation dans laquelle la SRC pourrait se retrouver.

Wawatay a dû examiner son statut de radiodiffuseur public en raison de la diminution draconienne de son financement. Nous devons honorer nos engagements en matière de services avec un budget considérablement diminué, et nous devons rechercher d'autres sources de financement afin d'assurer la stabilité à long terme de notre association.

Wawatay a vu le jour comme alliance de stations de radiodiffusion communautaires autochtones dans le Nord de l'Ontario. Aujourd'hui, nous sommes une organisation multimédia. Nos émissions de radio et de télévision en langue autochtone atteignent 45 collectivités éparpillées sur un territoire de 300 000 kilomètres carrés situé dans le Nord de l'Ontario et connu sous le nom de nation Nishnawbe-Aski. En outre, nous publions un journal autofinancé, le *Wawatay News*, qui est lu par plus de 28 000 personnes toutes les deux semaines.

Wawatay entretient deux centres de production qui distribuent chaque année 3 100 heures d'émissions d'affaires publiques diffusées quotidiennement à la radio. Ces centres servent également à la production télévisuelle; nous y produisons des émissions dramatiques originales, des documentaires et des nouvelles hebdomadaires. Wawatay est essentiellement financée par le Programme d'accès des autochtones à la radiotélédiffusion, qui nous verse 1,2 million de dollars. Nos émissions sont produites en cri et en ojibway, et nos principaux centres de production sont situés à Sioux Lookout et à Moose Factory.

Il est important de signaler que la plupart de nos collectivités ne reçoivent pas les émissions de télévision et de radio de la SRC. Celles-ci ne sont captées qu'à Big Trout Lake, Fort Hope, Sandy Lake, Osnaburgh et Pikangikum. Cependant,

[*Text*]

flooded with other television and radio services that compete for our audiences. It is ironic that with all the new stations people in most of our remote First Nations still do not receive the national so–called distinctly Canadian voice of CBC.

I'd like to speak to you about the restructuring and the consequences that followed our decision to cut services when we lost our funds. I believe that Wawatay's example can be instructive perhaps to this committee. It is important to note that change in Wawatay has meant that important aspects of our cultural work have been either reduced or eliminated.

Since February 1990 Wawatay has had its core funding reduced by 21%. In addition, about $300,000 was also eliminated for Wawatay's print and emergency trail radio operations. The net effect of restraint was the reduction of staff and a general rethinking of Wawatay and its cultural work within a market–driven model. That was made all the more difficult given the small size of Wawatay's primary audience. One casualty, for instance, was the decision to cease publication of a bilingual edition of the *Wawatay News*.

Despite our efforts, we watched the continued deterioration and loss of our languages and traditions and are struggling to deliver services that our public perceives as essential to their own cultural survival.

There is the question of a future role in a multi–channel universe. In the Therrien report of 1980, the CRTC anticipated the coming of multiple signals to the remote north and saw a significant role for public broadcasters in this environment. In the report, Therrien recommended that CBC radio should be made available to all parts of Canada and that Canada should provide opportunity for its native people to preserve the use of their languages and foster the maintenance of their culture through broadcasting and other communications.

The announcement of NNBAP in 1983 acknowledged the success of aboriginal communication projects and established the principle that remote aboriginal communities need access to regional cultural programming as well as a basic national service. Wawatay has found that our future role in a newly competitive broadcast environment rests upon our ability to continue to serve our communities. One of our responses has been to focus on the well–being of our community radio affiliates. We continue to focus on providing them with good regional programming to augment theirs. We also return continually to our original mandate to do programming in our own languages.

Wawatay has also adopted a view that broadcasting is an integral part of extending a basic communications infrastructure in the remote north. We also have a history of advocacy for basic telecommunication services in isolated communities and see ourselves as important players in the gradual extension of a northern information highway, a process that began up here only in the early 1970s. That's why Wawatay's success has always relied on partnerships, other groups, interested broadcasters.

[*Translation*]

le Nord a été inondé d'autres services de télévision et de radio qui rivalisent pour se partager notre auditoire. Il est paradoxal qu'avec toutes les nouvelles stations, les autochtones vivant dans la plupart des collectivités éloignées ne reçoivent toujours pas la voix soi–disant distinctement canadienne de la SRC.

Je voudrais vous parler de la restructuration et des conséquences qui ont découlé de notre décision de réduire les services après la perte de nos subventions. Je crois que l'exemple de Wawatay peut servir de leçon à votre comité. Il est important de signaler qu'à Wawatay, ce changement a entraîné la réduction ou l'élimination de certains aspects importants de nos activités culturelles.

Depuis février 1990, notre financement de base a été réduit de 21 p. 100. De plus, nos activités de presse et de radio de piste d'urgence ont été amputées de 300 000$. Ces coupures ont entraîné directement une réduction du personnel et une révision générale de l'organisation et de ses activités culturelles en fonction d'un modèle axé sur le marché. Ces mesures ont été d'autant plus difficiles que l'auditoire primaire de Wawatay est assez réduit. C'est ainsi, par exemple, que nous avons décidé de mettre fin à la publication d'une édition bilingue du *Wawatay News*.

Malgré nos efforts, nous avons assisté à la détérioration et à la perte continues de nos langues et de nos traditions, et nous nous efforçons d'offrir des services que notre auditoire juge essentiels pour la survie de sa culture.

Nous nous interrogeons sur notre rôle futur face à la multiplication des canaux. Dans le rapport Therrien de 1980, le CRTC avait prévu l'arrivée des signaux multiples dans les régions éloignées du Nord et estimait que les radiotélédiffuseurs publics auraient un rôle important à jouer dans ce contexte. Il a donc recommandé que les émissions radio de la SRC soient offertes dans toutes les régions du pays, et que le Canada donne à ses autochtones la possibilité de préserver leur langue et de promouvoir leur culture à travers la radiotélédiffusion et d'autres moyens de communication.

En créant le PAANR en 1983, le gouvernement reconnaissait le succès des projets de communication autochtone et établissait le principe selon lequel les collectivités autochtones éloignées ont besoin de recevoir des émissions culturelles régionales, ainsi qu'un service national de base. Chez Wawatay, nous estimons que notre rôle futur dans un nouvel environnement concurrentiel de radiotélédiffusion dépend de notre capacité de continuer de servir nos collectivités. L'une des mesures que nous avons prises a été de nous concentrer sur la bonne santé de nos stations affiliées de radio communautaire. Nous continuons à déployer des efforts pour leur fournir de bonnes émissions régionales qui s'ajouteront aux leurs. En outre, nous revenons continuellement à notre mandat original, qui consiste à produire des émissions dans nos langues.

Wawatay estime également que la radiotélédiffusion fait partie intégrante de l'extension d'une infrastructure de communication de base dans le Grand Nord. De plus, nous avons toujours défendu l'idée d'offrir un minimum de services de télécommunication aux collectivités isolées, et nous nous considérons comme des intervenants importants dans la mise en place progressive d'une autoroute de l'information dans le Grand Nord, processus qui n'a débuté ici qu'au début des années soixante–dix. C'est pour cela que, pour réussir, Wawatay a toujours misé sur des partenariats avec d'autres groupes et d'autres radiotélédiffuseurs intéressés.

[*Texte*]

The current environment demands that aboriginal broadcasters build on relationships that will strengthen our capacity to produce and provide a net benefit to our audiences. Our most recent affiliation is with the Wahsa Distance Education Network, offering grade 9 to grade 12 on a radio system through the TV Ontario network in Ontario.

In regard to the long-term organizational stability, the reduction of our core funding showed us how unworkable the commercial model is for supporting our cultural services. Our audience is relatively small—28,000 people or so. Demographically, they are among the poorest people in Canada.

The 1990 cuts have also shown us our limitations as a public broadcaster. We know we cannot assume the role of the national service in our own communities. This is why access to CBC services for Ojibway and Cree people and all the other aboriginal people in Canada is so important.

Consequently, proposals by CBC's regional radio service to pull out of the Nishnawbe-Aski area are quite disturbing. Wawatay does not possess the news gathering and distribution resources necessary to adequately inform and update the Cree and Ojibway people in that area about national issues that affect them as Canadians.

In conclusion, Wawatay believes that aboriginal broadcasting can play an important role in the future development of the CBC national service. Our experience with our audience and our partnerships with other broadcasters show us that an exclusive broadcasting model is more important now than ever before.

Wawatay supports a recommendation made by IBC that urges the federal government to invest in the aboriginal component of the public broadcasting system and place aboriginal broadcasters squarely within the domain of the Broadcasting Act. Further, Wawatay agrees that legislative as well as programmatic changes are necessary to rebalance the public broadcasting system.

I view the work of this committee as extremely important. This process emphasizes the ways that communications systems can be used to bring people together. A careful consideration of the CBC will clarify how it can be best used for Canada and for all Canadian people. I would suggest that a similar process to this one be directed towards the aboriginal sector of the public broadcasting system. I'm sure it would yield good results.

In the final analysis, I would say your judgments about CBC will also determine the viability of the Canadian broadcasting system as a whole. Wawatay's view is that aboriginal and national broadcasters will contribute most if they complement each other's work and share in our national resources, as Ray Fox has suggested here.

Further, I would also suggest it would be quite appropriate for this committee to be able to hear the views of other aboriginal broadcasters, such as Television Northern Canada and members like that.

[*Traduction*]

• 1700

L'environnement actuel exige que les radiodiffuseurs autochtones créent des relations qui vont renforcer leur capacité de produire et d'offrir des émissions avantageuses pour leurs auditoires. La dernière organisation qui s'est jointe à nous est le Wahsa Distance Education Network, qui offre des cours de la neuvième à la douzième année par l'entremise du réseau de TV Ontario.

En ce qui concerne la stabilité à long terme de l'organisation, la réduction de notre financement de base nous a montré jusqu'à quel point le modèle commercial n'est pas pratique quand il s'agit d'appuyer les services culturels. Notre auditoire est relativement petit—environ 28 000 personnes. Du point de vue démographique, il s'agit de l'un des peuples les plus pauvres au Canada.

Les coupures de 1990 nous ont également montré nos limites en tant que radiodiffuseur public. Nous savons que nous ne pouvons pas assumer le rôle du service national dans nos collectivités. C'est pour cette raison que l'accès des Ojibways, des Cris et de tous les autres peuples autochtones du Canada aux services offerts par la SRC est si important.

Par conséquent, nous sommes assez troublés que la radio régionale de la SRC veuille cesser de diffuser dans la région de Nishnawbe-Aski. Wawatay ne dispose pas des ressources nécessaires pour recueillir et distribuer les nouvelles visant à informer adéquatement les Cris et les Ojibways de cette région sur les questions nationales qui les intéressent en tant que Canadiens.

En conclusion, nous croyons que la radiotélédiffusion autochtone peut jouer un rôle important dans le développement futur du service national de la SRC. Compte tenu de notre expérience, de notre auditoire et de nos partenariats avec d'autres radiodiffuseurs, nous croyons qu'un modèle de radiodiffusion exclusif est maintenant plus important que jamais.

Wawatay appuie la recommandation de la IBC qui exhorte le gouvernement fédéral à investir dans la composante autochtone du système de radiodiffusion publique et à reconnaître entièrement les radiodiffuseurs autochtones dans la Loi sur la radiodiffusion. En outre, Wawatay convient qu'il faut apporter des changements aux lois et aux programmes pour rééquilibrer le système de radiodiffusion publique.

À cet égard, le travail de votre comité est extrêmement important. Il consiste à rechercher les moyens d'utiliser les systèmes de communication pour assurer l'unité nationale. En examinant attentivement la SRC, vous pouvez déterminer clairement la façon dont on peut l'utiliser le mieux dans l'intérêt du Canada et de tous les Canadiens. Je propose qu'une initiative semblable à celle-ci vise le secteur autochtone du système de radiodiffusion publique. Je suis sûr que cela produirait de bons résultats.

En dernière analyse, je dirai que votre avis sur la SRC déterminera également la viabilité de l'ensemble du système canadien de radiodiffusion. Wawatay soutient que les radiodiffuseurs autochtones et nationaux contribueront le mieux si leurs activités se complètent et s'ils partagent les ressources nationales, comme Ray Fox l'a dit.

En outre, j'estime que votre comité devrait entendre les points de vue des autres radiodiffuseurs autochtones, comme Television Northern Canada.

[*Text*]

The Vice–Chairman (Mr. Ianno): Thank you very much. It was a very good presentation.

Mme Tremblay: Premièrement, je tiens à vous remercier pour vos présentations respectives. J'ai beaucoup appris. J'aimerais revenir à votre texte, Madame.

Anyway, I will try to speak to you in English, Madam.

I want to come back to page 13 of your text. Did you by any chance just try to figure out how much money all the things you were asking for here will cost?

Ms Makkik: I think IBC figured out that the cost per program was $17,000, which is miniscule by television standards.

• 1705

Mrs. Tremblay: When you say, for instance, in the second paragraph that the CBC should apply your model for effective public broadcasting, do you mean the CBC should try to program with $17,000 per hour?

Ms Makkik: I don't think they would be able to do that.

Mrs. Tremblay: How can you do it?

Ms Makkik: You make do with small salaries, with equipment that might be substandard, stretching your staff to the extreme and making do with very little. If you're constructing sets, you're not paying... When I did children's programming, besides writing, directing and producing themselves, I was also coaching the actors and maybe even participating behind the scenes.

The Vice–Chairman (Mr. Ianno): What did the union say?

Mrs. Tremblay: Give us the recipe.

Ms Makkik: I think because it was by Inuit, for Inuit, the impetus was there and the drive was very strong. The response from the people gives you more initiative to try harder with whatever means are at hand.

I think the Canadian Broadcasting Corporation does do Inuktituk programming, but it is one hour per week and it's not enough for our needs.

Mrs. Tremblay: This question could be answered by anyone. I want to understand exactly how it works. You have your own organization. Is CBC getting there or not at this time? Do you get CBC as a second channel or are you part of the CBC? You said it's not going to be good if CBC comes and makes a conference to us. I want to understand exactly how it works.

Mr. Fox: It would take a bit of time for me to explain that to you. I would have to go back to the original intent of the program pre–1983, when the northern native broadcast access program was announced. Most of the broadcasters in Canada are funded under the NNBAP, as it's referred to. The idea of the NNBAP in its inception was to have the different bodies that are responsible for the different parts of the NNBAP... For example, the Department of Indian Affairs was there

[*Translation*]

Le vice–président (M. Ianno): Merci beaucoup. C'était un excellent exposé.

Mrs. Tremblay: First of all, I would like to thank you for your respective presentations. I have learned a lot. Madam, I would like to come back to your text.

En tout cas, je vais essayer de vous parler en anglais, madame.

Revenons à la page 13 de votre texte. Avez–vous essayé de chiffrer le coût total de vos demandes?

Mme Makkik: Je pense que selon la IBC, chaque programme coûtera 17 000$, ce qui est minuscule dans le domaine télévisuel.

Mme Tremblay: Quand vous dites, par exemple, au deuxième paragraphe, que la SRC doit appliquer votre modèle pour assurer l'efficacité de la radiodiffusion publique, voulez–vous dire qu'elle doit essayer de produire des émissions à 17 000$ de l'heure?

Mme Makkik: Je ne pense pas qu'elle en serait capable.

Mme Tremblay: Comment réussissez–vous?

Mme Makkik: Nous nous débrouillons avec de petits salaires, avec un équipement qui pourrait être de moindre qualité, en exigeant des sacrifices de la part du personnel et en nous contentant de très peu. Si vous construisez vous–mêmes vos décors, vous ne payez pas... Quand je faisais des émissions pour enfants, je m'occupais non seulement du texte, de la mise en scène et de la production proprement dits, mais j'entraînais également les acteurs et je participais même à l'action dans les coulisses.

Le vice–président (M. Ianno): Qu'en disait le syndicat?

Mme Tremblay: Donnez–nous la recette.

Mme Makkik: Étant donné que le travail était fait par les Inuit et pour les Inuit, nous étions fortement motivés. La réaction de la population nous a encouragés à redoubler d'efforts avec le peu de moyens dont nous disposions.

Je pense que la Société Radio–Canada présente des émissions en Inuktituk, mais une heure par semaine seulement, ce qui est insuffisant.

Mme Tremblay: N'importe lequel des trois témoins peut répondre à ma question suivante. Je voudrais comprendre exactement comment cela fonctionne. Vous avez votre propre organisation. Actuellement, recevez–vous les émissions de la SRC? La SRC est–elle un deuxième canal, ou faites–vous partie de la SRC? Vous avez dit que ce ne sera pas une bonne chose si la SRC vient nous faire une conférence là–dessus. Je voudrais comprendre exactement comment cela fonctionne.

M. Fox: Il me faudrait un peu de temps pour vous l'expliquer. Il faudrait que je remonte à la conception du programme d'accès des autochtones à la radiotélédiffusion, avant 1983, année au cours de laquelle on a annoncé ce programme. Au Canada, la plupart des radiodiffuseurs sont financés dans le cadre du PAANR, comme on l'appelle. Au début, il s'agissait d'amener les différents organismes responsables des différentes composantes du PAANR... Par

[*Texte*]

because it concerned aboriginal people. The Canada employment and immigration people were there because it concerned training. The Department of Communications was there and the CRTC was there.

At a table much like this they sat around and said, well, you will be responsible for the training because that's what you do, and you will be responsible for the funding because that is your area. When they got to the CBC part, the idea was that CBC could provide some training and some access time to these aboriginal broadcasters. That was all fine and good, but when they went away from the table some people forgot what they had agreed to at the table. Unfortunately a lot of that never happened. Some of us were able to access some time through the Canadian Broadcasting Corporation to get the native programming off the ground and on the air; some of us were not able to. Some of us had inherent problems with that arrangement with the CBC.

For the CBC itself, that was just pre-Newsworld. In Alberta we were doing radio programming on television because the only space CBC could give us was two hours in the morning before its own progamming started. Of course, with Newsworld coming in that had to be bumped. I guess we were eighty-sixed for nationalism or whatever the case might be, but that's what happened.

As a result we had no distribution system in Alberta, so we had to go back to government and ask for some other means of distributing our programming. As a result of that, there was a small program that was funded through Secretary of State at that time, to allow us to purchase some of our own equipment, which is very, very expensive, by the way.

• 1710

Mrs. Tremblay: Would you rather be a producer and leave it up to the CBC to be the distributor and work on production?

Mr. Fox: That is a very difficult choice for us, obviously, because that was the idea originally. We would have the CBC distribute our programs and we would produce them, but we had horrific problems with that.

One of the biggest problems was because of the funding cuts we received from the federal government that funded the programming. We kept having to reduce the amount of hours we were getting and in Alberta—again, going back to Alberta—the CBC charged us for carrying our signal in Alberta. We were paying, I believe, $2,000 a month or something like that, in order for them to give us this free access time.

As far as aboriginal communications, ideally, I suppose we would like to be able to distribute a national program on our own. Unfortunately, that's cost prohibitive at this point. So the best approach would be for us to be able to access a national hour from the Canadian Broadcasting Corporation to allow us to put our programming on nationally on an existing system. Obviously, we can never duplicate the CBC in their infrastructure, so we would like to be able to access some time

[*Traduction*]

exemple, le ministère des Affaires indiennes en faisait partie parce qu'il s'occupait des autochtones. Le ministère de l'Emploi et de l'immigration aussi, parce qu'il s'occupait de la formation. En faisait également partie le ministère des Communications et le CRTC.

Ces intervenants se sont assis autour d'une table comme celle-ci et se sont engagés à assumer des responsabilités dans leur domaine respectif. En ce qui concerne la SRC, on a estimé qu'elle pourrait offrir de la formation et du temps d'antenne aux radiodiffuseurs autochtones. C'était très bien, mais après la réunion, certains participants ont oublié les engagements qu'ils avaient pris. Malheureusement, beaucoup de promesses n'ont jamais été tenues. Certains d'entre nous ont pu obtenir de la SRC un créneau pour lancer et diffuser les émissions autochtones; d'autres n'ont pas pu le faire. Certains d'entre nous avaient des problèmes inhérents à cet arrangement avec la SRC.

Cela s'est passé juste avant que la société d'état ne lance Newsworld. En Alberta, nous présentions des émissions radio à la télévision parce que le seul créneau que la SRC pouvait nous donner était une période de deux heures le matin, avant le début de ses propres émissions. Évidemment, quand Newsworld est entré en ondes, nous avons perdu ce créneau. Je présume qu'on nous a laissé tomber pour des raisons de nationalisme ou autres, mais voilà ce qui s'est passé.

En conséquence, nous n'avions pas de système de distribution en Alberta, et nous avons dû retourner voir le gouvernement pour demander d'autres moyens de distribuer nos émissions. À la suite de cela, une petite émission a été financée à ce moment-là par l'intermédiaire du Secrétariat d'état, ce qui nous a permis d'acheter une partie de notre propre matériel, matériel qui est très très coûteux, soit dit en passant.

Mme Tremblay: Préféreriez-vous vous occuper de la production et laisser à la SRC le soin de veiller à la distribution?

M. Fox: Comme c'était l'idée au départ, cela nous met manifestement devant un choix très difficile. La SRC devait distribuer les émissions que nous produirions mais cela a causé d'énormes problèmes.

L'un des plus graves problèmes s'est posé quand le gouvernement fédéral nous a imposé des compressions budgétaires. Nous devions constamment réduire le nombre d'heures et en Alberta—encore une fois l'Alberta—la SRC nous facturait la transmission de notre signal dans cette province. Cela nous revenait à quelque 2 000$ par mois si nous voulions obtenir ce temps d'antenne.

Pour ce qui est des communications autochtones, nous voudrions, dans des conditions idéales, pouvoir faire nous-mêmes la distribution d'une émission nationale. Malheureusement, pour l'instant, le coût en est prohibitif. La meilleure solution quant à nous serait de pouvoir obtenir un créneau national d'une heure de la SRC pour que nous puissions présenter nos émissions à l'échelle nationale grâce à ce qui existe déjà. De toute évidence nous ne pourrons jamais

[*Text*]

and continue to produce our programming under our own editorial and journalistic ethic and control.

Mrs. Tremblay: What kind of television do you have in the 26 other weeks you don't produce? Do you get something?

Ms Makkik: What happens is the programs would then be rerun.

I would just like to remark on your question as well. As I mentioned, when I was doing children's programming before the advent of Television Northern Canada, which is funded by Canadian Heritage, our programs were aired on the CBC channel, except the hours we were subjected to were... children's programming could only be fitted in at a really odd hour in the afternoon when nobody would be watching it. It would be on, but our audience wasn't there. And to put on news items, we would have to wait until the *Golden Girls* or such programs were over.

The Vice–Chairman (Mr. Ianno): Thank you, Suzanne.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I loved the presentation. It was wonderful.

Mr. Martin, I lived in Big Trout area for four months in 1969 and there was absolutely nothing up there at all. Someone waved to me when they went by in a canoe and I think that was the only contact with the outside world for four months, except for our float plane. So I really have an appreciation for the remoteness of the area, but all of this is quite a new story for me and I really appreciated their presentations. Wonderful.

I would like to pick up on Suzanne's question about the television programming. I have a bit of research here. It was given to me for today. It explains that there are five hours of television programming each week in Inuktitut. Is this correct, five hours?

Ms Makkik: Yes.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Could you explain then how you fill all of the other hours in a day? Is it like the *Golden Girls**? What happens? I have no understanding for what happens here.

Ms Makkik: The Inuit Broadcasting Corporation programs are aired on Television Northern Canada. It is a separate northern channel. There is Inuktitut programming on CBC. It is called *Aqsarniit* and airs one hour a week, so our program is not airing on the CBC channel. It is aired on the Television Northern Canada channel, which also airs programming from other aboriginal broadcasters from the Yukon, throughout NWT and the northern region, like Wawatay, for example. These are scheduled according to the different time zones of the different areas. So we are not, as I mentioned, broadcasting on the CBC channel. It is separate.

[*Translation*]

avoir la même infrastructure que la SRC et voilà pourquoi nous souhaiterions obtenir du temps d'antenne et continuer à produire nos .missions selon nos propres règles et notre propre vision déontologique et idéologique.

Mme Tremblay: Pendant les 26 semaines où vous ne produisez pas d'émissions, que se passe–t–il à la télévision pour vous? Avez–vous quelque chose?

Mme Makkik: Les mêmes émissions sont rediffusées.

Permettez–moi de répondre également à votre question. Comme je l'ai dit, quand je m'occupais d'émissions pour enfants avant la venue de Television Northern Canada, qui est financée par Patrimoine Canada, nos émissions étaient diffusées sur la chaîne CBC sauf que les heures qu'on nous réservait... les émissions pour enfants ne pouvaient être diffusées qu'à des heures singulières dans l'après–midi quand personne ne pouvait les regarder. L'émission était diffusée mais nous n'avions pas d'auditoire. Pour présenter des informations, il nous fallait attendre que l'émission *Golden Girls* ou d'autres émissions du même genre soient terminées.

Le vice–président (M. Ianno): Merci, Suzanne.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): J'ai adoré votre exposé. C'était merveilleux.

Monsieur Martin, j'ai habité la région de Big Trout pendant quatre mois en 1969 et on n'y trouvait absolument rien. De temps à autre quelqu'un qui passait en canot me faisait un signe de la main et je pense que c'est le seul contact que j'ai eu avec le monde extérieur pendant quatre mois, en dehors de notre hydravion. Je peux donc bien comprendre l'éloignement de cette région mais ce que vous nous avez rapporté est tout nouveau pour moi et j'ai vraiment apprécié l'excellence de votre exposé. Magnifique.

Je voudrais poursuivre dans la même veine que Suzanne qui vous a parlé de la programmation pour la télévision. On m'a fourni aujourd'hui quelques renseignements et j'ai pu apprendre qu'on offrait cinq heures de télévision en Inuktitut toutes les semaines. C'est bien cela, cinq heures?

Mme Makkik: C'est cela.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Que présentez–vous le reste du temps pendant la journée? Montrez–vous des émissions du genre de *Golden Girls*? Qu'arrive–t–il? Je ne vois pas comment cela se fait.

Mme Makkik: La Inuit Broadcasting Corporation diffuse des émissions sur la chaîne Television Northern Canada. Il s'agit d'une chaîne distincte pour le grand nord. Il y a aussi des émissions en Inuktitut sur la chaîne de la SRC. Il s'agit de *Aqsarniit*, diffusé une heure par semaine mais nos émissions ne sont pas diffusées sur Radio–Canada. Elles passent sur la chaîne de Television Northern Canada qui diffuse également les émissions d'autres radiodiffuseurs autochtones à partir du Yukon, dans tous les Territoires du Nord–Ouest et la région du grand Nord comme celle de Wawatay par exemple. La grille horaire est adaptée aux divers fuseaux horaires de la région. Ainsi, comme je l'ai dit, nos émissions ne sont pas diffusés sur la chaîne de la SRC. C'est différent dans notre cas.

• 1715

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Thank you.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Merci.

[*Texte*]

It doesn't matter who might wish to respond to this.

You mentioned cut–backs in the 1990–91 fiscal year—I guess that's when these occurred—and you talked in general terms about some of the results and consequences of the cut–backs. Could you be a little more specific in terms of the kinds of things?

You mentioned staff salaries are extremely low and equipment is substandard, but on a broader scale I'd like to have some greater specificity, if I may, regarding the actual effects of those cut–backs on your broadcasting.

Mr. Martin: In Wawatay's case, and I believe in all the other societies as well, not only have the salaries been affected but the staff overall.

When we were cut at that time, we had to lay off about twenty of our fifty people, so we were trying to maintain the same level of services with only two–thirds of the staff we used to have. Of course we also had to cut back on the number of hours of programming we were doing for radio and for television.

We had to seek other funding altogether for the newspaper, because newspaper under the native communications program was totally eliminated. So we had to consider shutting it down completely or seeking a different market.

As well it impacted directly on the communities, because we were also maintaining the community radio stations with the funding from the native communications program. So that was totally eliminated.

We were also maintaining and renting trail radio systems to the hunters and trappers on the land. That program was subsidized, again, by NCP, but that was totally eliminated.

All these cuts just cut off so much of our programming. It's taken that many years, and we're still not at a comfortable level where we can be self–sufficient in those areas. We're still having a very hard time. Today we still have to consider if we should maintain the newspaper at all in the next few months.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Thank you.

Mr. Hanrahan: Thank you very much. It was a delightful presentation. I think we're to some degree dealing with a national treasure here, and I agree we want to keep it as much as we are able to.

Mr. Martin, you mentioned in your presentation that one of the programs you present through Ontario TV, I believe, is high school education, grades 9 to 12. I see this as an investment. It is not really an expenditure.

I would like to know how many people take advantage of this and how many people are successful at achieving a grade 12 certificate at the end of it.

Mr. Martin: *Wahsa* means far away. To try to explain what distance education is, it was called Wahsa.

[*Traduction*]

L'un ou l'autre d'entre vous peut répondre à la question que je vais poser maintenant. C'est indifférent.

Vous avez parlé des compressions budgétaires de l'exercice financier 1990–1991—je pense que c'était cette année–là—et vous avez fait allusion de façon générale aux conséquences et aux effets qu'elles ont eus. Pouvez–vous être un peu plus précis?

Vous avez dit que le salaire des employés est très bas et que le matériel n'est pas à la hauteur mais de façon générale je voudrais des précisions sur les effets concrets de ces compressions budgétaires sur votre radiodiffusion.

M. Martin: Dans le cas de Wawatay, et dans le cas de toutes les autres sociétés également, ce ne sont pas seulement les salaires qui ont été touchés mais également l'effectif.

À ce moment–là nous avons dû mettre à pied environ 20 de n^{os} 50 employés et nous avons donc essayé de maintenir le même niveau de service avec seulement deux tiers de l'effectif. Bien entendu, nous avons dû réduire le nombre d'heures d'émissions pour la radio et pour la télévision.

Pour le journal, nous avons dû chercher des fonds ailleurs car le programme de communications des autochtones ne nous en fournissait plus. Nous avons envisagé de fermer le journal ou de nous lancer sur un marché différent.

Cela a aussi eu des conséquences directes pour les collectivités car si nous pouvions offrir une radio communautaire, c'était grâce au financement offert dans le cadre du programme de communications des autochtones. Ce programme a été entièrement supprimé.

En outre, nous mettions à la disposition des chasseurs et des trappeurs un système de radio de piste que nous leur louions. C'est encore le programme de communications des autochtones qui subventionnait cette initiative quand tout a été supprimé.

Les compressions budgétaires nous ont forcé de sabrer dans notre programmation. Malgré toutes ces années nous ne sommes pas encore à l'aise et auto–suffisants dans ces domaines. Nous sommes encore en butte à de graves difficultés. Même aujourd'hui, nous nous demandons si nous ne devrons pas fermer le journal d'ici quelques mois.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Merci.

M. Hanrahan: Merci beaucoup. Votre exposé était fascinant. On peut dire que nous sommes ici en présence d'un trésor national et nous voulons tout faire pour le garder.

Monsieur Martin, vous avez signalé dans votre exposé qu'une des émissions que vous présentez sur la chaîne TV Ontario était constituée de cours d'études secondaires de la neuvième à la douzième année. Selon moi, c'est un investissement. Ce n'est pas vraiment une dépense.

Pouvez–vous me dire combien de gens écoutent ces émissions et combien réussissent à obtenir leur diplôme de douzième année au bout du compte.

M. Martin: Le mot *Wahsa* signifie lointain. Pour expliquer ce qu'était l'enseignement à distance, on a choisi le mot Wahsa.

[*Text*]

The partnership is with Wawatay and the Northern Native Education Council. They supply the teachers and the content. Wawatay plays the role of delivering in a technological way the actual teachings over radio, not television. We're exploring television at this point, but it's only through radio now, because television is very expensive for distance education purposes. Although we would like to use it, we don't have that.

Because we also have a partnership with TV Ontario, TV Ontario allows Wawatay and Wahsa to use one of the stereo channels on the audio sub–carrier to get that signal from Sioux Lookout to 19 first nations communities.

This year we have about 400 students, and each year we've had graduates. The first year we had 20 graduates. The people who take these courses range from 13 years old up to 67 years old, so people are sort of going back to high school via radio.

We're also working with the communities in partnership to give us some space where the courses can come into a building and the students can gather. We have the students phone in to the teacher, which is broadcast live while they're phoning in by telephone. But in some communities there's only one phone in a community of 200 people, so the students in those communities cannot participate. They can only listen, but they can't call in to ask questions.

So there are some difficulties in it, but in all of that, it's partnerships with the council, with TV Ontario and with the communities that allow us to do it.

Yes, you're right; it's not really an expenditure on our part. It's a revenue base for us for doing that kind of work for those people.

Mr. Hanrahan: Do you get any funding from the provincial education department?

Mr. Martin: No, at this point we don't. The only funding we get is to do the actual technical maintenance of that distance education system.

• 1720

Mr. Hanrahan: But is that not available? You're getting a high school education. For any average high school student, the school gets *x* number of dollars for his education. Surely that should be accessible to you as well.

Mr. Martin: It's not for Wawatay because Wawatay isn't communications. We're broadcasters. That money would be accessible to the education council, to the people who are involved as schools as such, who are offering education. What we're doing is just delivering on the technical side of things and that's why we're not eligible for that. We don't produce content. We don't produce curriculum. We just deliver.

Mr. Hanrahan: Yes, but without you there's no education.

Mr. Martin: I know. That's why partnerships are important.

[*Translation*]

Il s'agit d'un partenariat entre Wawatay et le Conseil de l'éducation des autochtones du Grand Nord. C'est le Conseil qui s'occupe des enseignants et du contenu. Wawatay s'occupe de l'aspect technologique de cet enseignement à la radio mais pas à la télévision. Nous envisageons de l'offrir à la télévision mais pour l'instant il ne s'agit que d'émissions radiophoniques car la télévision coûte très cher quand il s'agit d'enseignement à distance. Nous aimerions nous en servir mais ce n'est pas possible.

Étant donné qu'il y a un partenariat avec TV Ontario, Wawatay et Wahsa peuvent utiliser une des chaînes stéréos de la sous–porteuse son afin de diffuser ce signal de Sioux Lookout à 19 collectivités autochtones.

Cette année nous avons environ 400 étudiants et il y a des diplômés tous les ans. La première année il y en a eu 20. L'âge des étudiants varie de 13 à 67 ans de sorte que l'on peut dire que les gens retournent à l'école secondaire grâce à la radio.

Nous avons également un partenariat avec les collectivités pour permettre aux étudiants de se réunir dans un local afin d'écouter l'émission. Les étudiants téléphonent au professeur et la conversation téléphonique est radiodiffusée en direct. Dans certaines collectivités, il n'y a qu'un seul téléphone pour 200 personnes de sorte que les étudiants qui s'y trouvent ne peuvent pas participer. Ils ne peuvent qu'écouter, sans poser de questions.

Cette formule comporte des difficultés mais en fait c'est grâce au partenariat entre le Conseil, TV Ontario et les collectivités que nous avons pu réaliser ces émissions.

Oui, vous avez raison, pour nous cela ne représente pas vraiment une dépense. Le travail que nous faisons de ce côté–là est compté du côté des recettes.

M. Hanrahan: Le ministère de l'Éducation provincial vous accorde–t–il des fonds?

M. Martin: Non, pas pour l'instant. Le seul financement que nous obtenons vise la maintenance technique de ce système d'enseignement à distance.

M. Hanrahan: Mais n'auriez–vous pas droit à quelque chose de la part du ministère? Vous offrez un enseignement secondaire. Pour tout étudiant à l'école secondaire, l'école obtient une somme donnée. Vous y avez sûrement droit.

M. Martin: Dans le cas de Wawatay, ça ne va pas car nous ne nous occupons pas de communications: nous sommes des radiodiffuseurs. Cet argent pourrait très bien être versé au Conseil de l'éducation, aux gens qui s'occupent de l'aspect pédagogique. Quant à nous, nous ne nous chargeons que des éléments techniques et voilà pourquoi nous n'y avons pas droit. Nous ne produisons pas le contenu, ni le programme d'enseignement. Nous ne faisons que dispenser le service.

M. Hanrahan: Je vois mais sans vous il n'y aurait pas d'enseignement.

M. Martin: Je le sais bien. Voilà pourquoi les partenariats sont importants.

[*Texte*]

Mr. Pagtakhan: I have a few questions. In relation to access, are you speaking of access without fees or with fees, and is the present system with the CBC capable of handling the load as to the demand for access?

Mr. Fox: The present system of the CBC certainly is capable, and as far as the dollar and cent value is concerned I would believe that would be of mutual benefit to both the CBC and ourselves in that there is cost involved, obviously, for producing the said materials and there is obviously some cost involved in distributing same. However, I believe the two would bear each other out in the fact that we could produce the programming that would then be aired on the CBC system on a national hour.

Essentially, the argument comes all the way round and back again to maybe about 10 years ago when the CBC originally had a program called *Our Native Land.* A lot of our people were very unhappy when the CBC decided to drop *Our Native Land.* Among other considerations, I believe it had to do with dollars and cents. We are saying we can do *Our Native Land* and it can be carried on the CBC. Perhaps the arrangement is a little bit different, but it is still possible.

Mr. Pagtakhan: With respect to stretching the salary, could you give us a picture of exactly what is paid per hour, dollars per hour, in relation to what we know in other places?

Mr. Fox: I believe it varies from one place to the other, sir. In Iqaluit, for example, it would be considerably different from downtown Edmonton, and we have production centres in both places.

Mr. Pagtakhan: Could you give us the range of hourly rates, if possible?

Mr. Fox: From minimum wage to... I don't know where we go from there. We don't have a union as such, to be able to set salaries. We try to work amongst ourselves as a national group, but again, the disparities are there, the regional disparities in particular. Obviously, the cost of living in Inuvik is certainly a lot higher than it is in Toronto or what have you, so for those reasons it varies. There's no standard, set salary. Some of our people have been with us for a lot longer than others have.

We spend a lot of money in training, for example, which is another issue. I guess that relates to the CBC issue in that we do spend a lot of money in training. Our receptionists are becoming our broadcasters. Our janitors are able to spin records and eventually man cameras because that's how we have to do that. But when we get them to the level of being able to operate a camera and/or spin a disc, then the CBC comes along and grabs them and hires them away from us, so that's another issue entirely. But that's the idea.

The Vice–Chairman (Mr. Ianno): That's great.

Mr. Fox: That's why the disparities are there.

Mr. McKinnon: It's already been said, but I'm just thrilled to hear what you people are doing with the facilities and the resources that are there. Might I add that whatever small voice I can contribute to support you, I certainly shall. I've been through access television at the local programming level in a small community and I know it's darn tough just to get the people out to do the things at the right time.

[*Traduction*]

M. Pagtakhan: Je voudrais poser quelques questions. Pour ce qui est de l'accès, songez–vous à un accès avec frais ou sans frais? La SRC est–elle en mesure avec le système actuel de répondre à la demande du côté de l'accès?

M. Fox: La SRC est certainement capable de le faire actuellement et pour ce qui est des chiffres précis, nous pensons que la SRC et nous–mêmes pourrions trouver notre profit car la production du matériel nécessaire coûte bien sûr quelque chose et, de la même façon, la distribution coûte quelque chose. Toutefois, je pense que ces coûts s'annuleraient étant donné que c'est nous qui nous occuperions de la production et que l'émission serait diffusée par la SRC à l'échelle nationale.

Essentiellement on en revient au début de l'argumentation et on à la situation d'il y a dix ans quand la SRC offrait une émission intitulée *Our Native Land.* Beaucoup d'entre nous étaient très déçus quand la SRC a décidé de supprimer cette émission *Our Native Land.* C'était notamment une question d'argent. Quant à nous, nous disons que nous pouvons produire l'émission *Our Native Land* et qu'elle peut être diffusée sur Radio–Canada. Les modalités seraient peut–être un peu différentes mais c'est possible.

M. Pagtakhan: Vous avez dit que vous avez dû sabrer dans les salaires. Quelle est l'échelle de vos salaires, le salaire horaire, par rapport à ce qui est versé ailleurs?

M. Fox: Les salaires varient d'un endroit à l'autre. Ils ne sont pas les mêmes à Iqaluit et au centre d'Edmonton et nous avons des centres de production dans ces deux villes.

M. Pagtakhan: Pouvez–vous nous dire quelle est la fourchette salariale horaire?

M. Fox: Cela va du salaire minimum à... Je ne sais pas jusqu'où. Nous ne sommes pas syndiqués et les salaires ne sont pas établis grâce au syndicat. Nous essayons de travailler ensemble au sein d'un groupe national mais il existe des disparités, des disparités régionales en particulier. Manifestement, le coût de la vie à Inuvik est beaucoup plus élevé qu'à Toronto et voilà pourquoi les salaires varient. Il n'y a pas de normes de salaires fixes. Certains de nos employés sont avec nous depuis beaucoup plus longtemps que d'autres.

Par ailleurs, nous consacrons beaucoup d'argent à la formation. Et cela nous ramène à la SRC. Puisque nous consacrons beaucoup d'argent à la formation, nos réceptionnistes deviennent radiodiffuseurs. Nos concierges sont capables de faire tourner des disques et deviennent parfois cameramen parce que c'est ainsi que nous devons procéder. Toutefois, une fois qu'ils sont capables de manipuler une caméra ou de faire tourner un disque, la SRC vient nous piller et elle les embauche, ce qui crée un problème très différent. Toutefois, nous croyons beaucoup en la formation.

Le vice–président (M. Ianno): Formidable.

M. Fox: Voilà pourquoi il existe des disparités.

M. McKinnon: Je voudrais le répéter: je suis emballé d'apprendre ce que vous faites avec les moyens et les ressources qui sont à votre disposition. J'ajouterai que je ne raterai jamais l'occasion de vous appuyer le cas échéant. Je connais la situation de l'accessibilité de la programmation locale à la télévision dans une petite collectivité et je sais combien il est ardu d'orchestrer tout cela.

[*Text*]

My question really is, how in the world are you communicating from Alberta to northern Ontario and wherever and keeping yourselves together as a unit that appears to be quite unified in philosophy?

Mr. Martin: Through the satellite systems, because again, we're joined in the television programs, like Albina says—I'm sorry, Albina, you didn't say anything, did you?

Ms Guarnieri (Mississauga East): I'm silent here.

• 1725

Mr. Martin: In northern Canada all of our television producers are joined by that. On the radio network they are joined together by what Ray Fox is producing out of Alberta and by what B.C., the Yukon, Yellowknife, Manitoba, Saskatchewan, and we in Ontario are producing. So we are all joined together in one way or another by satellite.

Mr. McKinnon: So you're able to put your stuff on in Alberta and the rest can receive it.

Mr. Martin: Yes.

Mr. McKinnon: Are you short on production centres?

Mr. Fox: Ideally, a production centre should exist in each community. However, that's not possible.

The other question we hear a lot—and I'm sorry if I'm circumventing your question—is with regard to our aboriginal language application. There are 53 distinct aboriginal languages in Canada. Ideally, we would like to be able to do them all. However, in British Columbia, for example, where there are 33 of them in existence, it takes them an hour and a half to say good morning, and that's not practical. The other end of it is that it's culturally and linguistically based, but sometimes we have to address the reality and say, just a minute, maybe we have to work in a universal language in order to be able to disseminate the information, which is then distributed to the local level in the appropriate languages.

Mr. McKinnon: Can you tape your production and replay at an appropriate time in regional sequence?

Ms Makkik: With TVNC, each contributing broadcaster submits its program. Say you're doing teen programming, it is prepackaged and sent to a centre.

Ms Guarnieri: I realize time is short so I won't be unduly verbose here. I think we have unanimous consent that you've made a very thoughtful presentation.

In one of the texts you submitted, you mentioned that the new technology being introduced might destroy your culture and language and that rather than preventing television you decided to embrace it and use it to advantage, that it has provided the Inuit with a strong cultural and language preservation tool. Certainly, I think we'd agree that satellite hook–ups are an opportunity to bring a greater sense of community to a widely scattered population.

[*Translation*]

Je voudrais savoir comment vous arrivez à communiquer de l'Alberta au nord de l'Ontario ou ailleurs tout en conservant cette unité idéologique qui semble caractériser votre équipe?

M. Martin: Grâce au système de satellite car, encore une fois, nous nous rejoignons dans les émissions de télévision, comme Albina le dit. . . Albina, excusez–moi, vous n'avez rien dit, n'est–ce pas?

Mme Guarnieri (Mississauga–Est): Je garde le silence.

M. Martin: Dans le Grand Nord, tous nos producteurs de télévision sont reliés ainsi. Du côté de la radio, ils sont reliés grâce à ce que produit Ray Fox en Alberta et grâce à ce qui est fait en Colombie–Britannique, au Yukon, à Yellowknife, au Manitoba, en Saskatchewan, et par nous en Ontario. D'une façon ou d'une autre nous sommes tous reliés par satellite.

M. McKinnon: Autrement dit, vous travaillez en Alberta et les autres peuvent vous capter, n'est–ce pas?

M. Martin: C'est cela.

M. McKinnon: Manquez–vous de centres de production?

M. Fox: Pour bien faire les choses, il faudrait un centre de production dans chaque collectivité mais ce n'est pas possible.

Permettez–moi de digresser un peu: on nous parle souvent de la question des langues autochtones. Il y a 53 langues autochtones distinctes au Canada. Pour bien faire, il faudrait que nous puissions diffuser dans chacune d'elle. Toutefois, en Colombie–Britannique, par exemple, il y en a 33 et pour dire bonjour dans chacune d'elle, il faut une heure et demie, ce qui n'est pas pratique. Il est vrai que ce que nous faisons se fonde sur la culture et la langue mais parfois il faut être réaliste et se contenter de travailler dans une langue universelle afin de diffuser l'information qui en retour peut être communiquée à l'échelle locale en diverses langues.

M. McKinnon: Pouvez–vous enregistrer vos émissions et les diffuser en différé suivant une grille horaire régionale?

Mme Makkik: Dans le cas de la Television Northern Canada, chaque diffuseur soumet son programme. Dans le cas d'une émission pour adolescents, c'est tout préparé puis envoyé à un centre.

Mme Guarnieri: Je me rends compte que le temps file, alors je ne serai pas trop bavarde. Je pense que tout le monde s'accorde à dire que vous avez fait un excellent exposé.

Dans un des textes que vous avez présentés, vous dites que la nouvelle technologie risque de détruire votre culture et votre langue et que plutôt que d'empêcher l'introduction de la télévision, vous avez décidé d'en tirer parti si bien que cela constitue un important instrument de préservation culturelle et linguistique pour les Inuit. Tout le monde reconnaîtra que la liaison par satellite constitue la possibilité de promouvoir un sentiment communautaire plus fort chez une population éparpillée.

[*Texte*]

IBC has obviously been a unifying force. My question is a bit of a sequel to one of the questions that was asked before. Has the IBC become a standardizing force for Inuit dialects?

Ms Makkik: I think, with due respect, CBC radio is also very strong and I would say, first and foremost, it would have to be CBC radio that would have introduced it. Again, they produce in northern Quebec and the Baffin area and not so much in the central or western Arctic. I think rather than standardizing it, we are more capable of understanding Inuit. It's like the Portuguese understand Spanish.

I think where IBC has been the strongest is in us being able to visualize our culture in action rather than reading it in a book. This really instils a sense of pride in children and throughout the population. It also provides a format for an exchange of ideas. I think for this modern society the exchange of ideas provides for a more educated culture. You're more downtrodden if you're ignorant about your surroundings, your community, or the world.

Ms Guarnieri: So you're not witnessing any sort of merging of the dialects.

Ms Makkik: I think television is one aspect of many forces. There is more travel between communities. I travelled by a dog team when I was little. Now I fly and maybe I'll participate in something more advanced than that. The different avenues are greater and more numerous and they all contribute to—

[*Traduction*]

La société IBC a manifestement constitué une force unificatrice. Ma question est un peu dans la même veine qu'une autre qui a été posée auparavant. Est–ce que l'IBC contribue à normaliser les dialectes parlés par les Inuit?

Mme Makkik: Permettez–moi de vous dire que la radio de la SRC est aussi une grande force et je dirais que c'est avant tout le service radiophonique de la CBC qui a tout démarré. La production se fait dans le nord du Québec et sur la Terre de Baffin, pas tellement dans l'Arctique central et occidental. Plutôt que de normaliser les dialectes, cela nous a permis de mieux comprendre l'Inuit. C'est un peu comme les Portugais qui comprennent l'espagnol.

Là où l'IBC a été le plus utile, c'est quand elle nous a permis de visualiser notre culture en action plutôt que de nous contenter de la lire dans un livre. C'est ainsi que se développe chez les enfants comme dans le reste de la population un sentiment de fierté. En outre, cela permet un échange d'idées. Dans notre société moderne, l'échange des idées débouche d'après moi sur une culture plus instruite. Les gens qui ne connaissent rien de leur entourage, de leur collectivité ou du monde sont plus facilement opprimés.

Mme Guarnieri: Autrement dit, vous n'avez pas constaté de rapprochement ou de fusion des dialectes, n'est–ce pas?

Mme Makkik: Je pense que la télévision est un élément parmi beaucoup d'autres. Les voyages sont plus répandus. Quand j'étais petite, je me déplaçais en traîneau tiré par un attelage de chiens. Aujourd'hui, je prends l'avion et il se peut que plus tard, j'aie recours à un moyen encore plus avancé. Les possibilités sont plus grandes, plus nombreuses, et tout contribue à. . .

• 1730

The Vice–Chairman (Mr. Ianno): I'm very happy to have been a part of this presentation. I want to know how I, in downtown Toronto, where I do have an aboriginal community, can get to see it so my children will one day be able to understand your culture, so we can be truly Canadian in all ways.

I'm thinking in terms of subtitles and ways that maybe the cable companies can participate in also distributing the information if it's not solely through the CBC.

These are tight times from a financial perspective, and we heard from some CBC individuals that programming is expensive. I gather you are producing and it's not going to cost them much to distribute. There seems to be a lack of common sense in terms of being able to satisfy two groups. When they dropped *Our Native Land* 10 years ago for financial reasons, where did they draw the line on the value on the cost side and the culture side? Where is it determined?

Perhaps you can give me your perspective, because I will ask the CBC that question when it comes.

Mr. Fox: I'll give Lawrence a moment to answer as well, but to the best of my knowledge we were told the CBC didn't want to ghettoize native affairs programming. In other words, it didn't want to pigeon–hole it into one time slot where all the

Le vice–président (M. Ianno): Je suis ravi d'avoir pu écouter votre exposé. Pouvez–vous me dire comment moi, qui habite le centre de Toronto, où vit une collectivité autochtone, je peux voir vos émissions pour que mes enfants puissent un jour comprendre votre culture, pour que nous devenions tous véritablement Canadiens.

Je songe ici au recours au sous–titrage et à une façon qui permettrait aux câblodistributeurs de distribuer cette information puisque tout ne passe pas par la SRC.

Nous vivons à une époque de restrictions financières et des représentants de la SRC nous ont dit que la programmation coûtait cher. Vous vous occupez de la production si bien que la distribution ne lui coûtera pas grand–chose. On ne fait pas assez preuve de bon sens pour répondre aux besoins des deux groupes. Quand la SRC a laissé tomber l'émission *Our Native Land* il y a 10 ans pour des raisons financières, comment a–t–on évalué la valeur financière par rapport à la valeur culturelle? Comment se prennent ces décisions?

Donnez–moi votre point de vue car j'ai bien l'intention de poser cette question aux représentants de la SRC, le moment venu.

M. Fox: Je vais laisser Lawrence vous répondre dans un instant mais, autant que je sache, on nous a dit que la SRC ne souhaitait pas confiner la programmation autochtone dans un ghetto. En d'autres termes, on ne voulait pas que ces émissions

[*Text*]

aboriginal activity would take place. It wanted to have small segments on aboriginal concerns and affairs throughout the entire broadcast day of the CBC, rather than pigeon–hole it into a one–hour time slot or whatever. That's what we were told at the time.

The Vice–Chairman (Mr. Ianno): They were spreading it out.

Mr. Fox: To the best of my knowledge there's a lot more going on than there was 10 years ago, but I believe the argument for us is not sound. We would rather be able to tune in to a radio station or a television station and know that something relevant is going to be on at that time. If you turn on the television at 10 p.m. and don't find the news, you'll go someplace else. That's the idea and the same reasoning we have behind this. I think you have to take the time to cultivate an audience, just like any other audience, at a particular time slot.

Mr. Martin: In this country our first nations peoples' language is in jeopardy of being lost. We don't have any other homeland to go to if that happens. I don't think you can put a price tag on the cultural component of this. Whatever the price was for native programming then, I think it's so much more important today. Canada is falling apart in so many places, and I think the CBC can play a very important role in this, especially in the aboriginal sectors.

As much as we also need to consider CBC's cultural programming in this context, I think that's a very important consideration this committee has to point out and maintain for the sake of all people here in Canada.

Mr. Pagtakhan: I would like to pursue the issue of language because the preservation of heritage languages is very strong in my philosophy, and certainly very important in cultural retention.

You indicated on page 13 that the federal government should recognize Inuktitut as an official language and fund broadcasting appropriately. I can see the value of providing funding for the preservation of a heritage language, but the rationale of your recommendation should be clear. Is it to preserve the language or to secure funding for broadcasting and make it an official language? Do you mean it should be the third official language, since we now have French and English as official languages?

Ms Makkik: As I mentioned, Inuktitut is recognized in the Northwest Territories as an official language. With the advent of Nunavut in 1999, the language will be Inuktitut, so why shouldn't a nationally recognized language have access to funding like other national languages?

• 1735

I think the answer would be twofold, and there's a bit of truth in each. Of course it would make it possible to access more funding if you were recognized as a language. On the other hand, that's not the sole reason to become a recognized

[*Translation*]

soient confinées à un créneau réservé à toutes les activités autochtones. La société voulait plutôt une diffusion ponctuelle des préoccupations et des affaires autochtones tout au cours de la journée de diffusion plutôt que de leur réserver une heure ou une période précise. C'est ce qu'on nous a dit à l'époque.

Le vice–président (M. Ianno): Les questions autochtones sont donc réparties, n'est–ce pas?

M. Fox: D'après ce que j'ai pu constater on parle beaucoup plus des autochtones maintenant qu'il y a 10 ans mais de notre point de vue, l'argument ne tient pas. Nous préférerions avoir la possibilité de syntoniser une station de radio et de télévision, en sachant que nous allons entendre quelque chose d'intéressant. Si vous allumez votre poste de télévision à 22h et que vous n'entendez pas les informations, vous tournez le bouton. C'est suivant cette logique que nous raisonnons. Il faut le temps nécessaire pour cultiver un auditoire, n'importe lequel, pour l'habituer à un créneau fixe.

M. Martin: Au Canada, les langues des Premières nations sont menacées d'extinction. Nous n'avons pas de pays d'origine où nous ressourcer éventuellement. Je ne pense pas que l'on puisse chiffrer la composante culturelle dans ce cas–ci. Quel que soit le prix de la programmation autochtone d'alors, son importance est beaucoup plus grande aujourd'hui. Le Canada éclate sur bien des plans et je pense que la SRC peut jouer un rôle très important à cet égard, surtout du côté des autochtones.

Dans la mesure où il est important de revoir la programmation culturelle de la SRC dans ce contexte, c'est une considération capitale que les membres du comité doivent souligner afin que cette culture soit préservée dans l'intérêt de tous les Canadiens et Canadiennes.

M. Pagtakhan: Je voudrais parler de nouveau de la question des langues car la préservation du patrimoine linguistique est un élément essentiel de mon idéologie, et elle est certainement capitale pour préserver la culture.

À la page 13 vous dites que le gouvernement fédéral devrait reconnaître l'Inuktitut comme langue officielle et financer des émissions dans cette langue à l'avenant. Je peux comprendre l'intérêt du financement nécessaire à la préservation d'une langue ancestrale mais il faudrait bien expliquer la logique de votre recommandation. Tenez–vous avant tout à préserver la langue ou voulez–vous des fonds destinés à la radiodiffusion quand vous demandez que l'Inuktitut devienne langue officielle? Voulez–vous dire qu'il nous faudrait une troisième langue officielle en plus du français et de l'anglais?

Mme Makkik: L'Inuktitut est reconnu comme langue officielle dans les Territoires du Nord–Ouest, comme je vous le disais. Quand le Nunavut sera une réalité en 1999, sa langue sera l'Inuktitut et c'est pourquoi on peut se demander pourquoi une langue nationale reconnue n'aurait pas droit au même financement que les autres langues nationales?

Je pense qu'il nous faut répondre en vous disant un peu des deux et il y a une part de vérité dans les deux cas. Bien entendu, la reconnaissance de cette langue ouvrirait droit à plus de fonds. D'autre part, ce n'est pas l'unique raison pour laquelle nous

[*Texte*]

language. It's going to happen. It is already recognized at two levels. Eventually, perhaps Nunavut will become a province. So I think all these things will come in time. I think it is more favourable to do it at this historic moment than to do it when it's too late.

Mr. Martin: Just to add to that, what we're saying here as well is that communication is very important to the revitalization of our languages. That's a very important part of it. Communication in northern Ontario has enabled the Cree, the Ojibway, and the Saulteaux nations to be able to start understanding each other, to know one another, and to make each other aware of what we're doing. So I think communication in that sense can be used as a tool to revitalize our languages.

The Vice–Chairman (Mr. Ianno): Thank you very much for your great presentation.

The meeting is adjourned.

[*Traduction*]

voulons que la langue soit reconnue. Elle le sera, c'est inévitable, car elle l'est déjà à deux niveaux. Plus tard, il se peut que le Nunavut devienne une province. Tout cela se produira en temps utile. Il vaut mieux le faire à un moment historique plutôt que d'attendre qu'il soit trop tard.

M. Martin: Je voudrais ajouter quelque chose. Nous voulons qu'il soit bien compris que la communication est capitale pour la revitalisation de nos langues. C'est un élément très important. La communication dans le nord de l'Ontario a permis aux Cri, aux l'Ojibway et aux Saulteaux de commencer à se comprendre, à se connaître mutuellement, et d'être sensibilisés à ce que faisait les uns les autres. Ainsi la communication peut servir à revitaliser nos langues.

Le vice–président (M. Ianno): Merci beaucoup. Votre exposé était excellent.

La séance est levée.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid / Port payé
Lettermail / Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the Canadian Cable Television Association:

Ken Stein, President and CEO;

Pierre Simon, Chairman of the CCTA Board of Directors and President of the "Le Câble de Rivière–du–Loup".

From "L'Association des câblodistributeurs du Québec":

Linda Ahern, President.

From the National Aboriginal Communications Society:

Ray Fox, President and CEO;

Lawrence Martin, Executive Director, Wawatay Native Communications Society.

From the Inuit Broadcasting Corporation:

Blandina Makkik, Creator of Children Programming;

Lorraine Thomas, Director of Development.

TÉMOINS

De l'Association canadienne de télévision par câble:

Ken Stein, président et chef de la direction;

Pierre Simon, président du Conseil d'administration de ACTC et président du Câble de Rivière–du–Loup.

De l'Association des câblodistributeurs du Québec:

Linda Ahern, présidente.

Du «National Aboriginal Communications Society»:

Ray Fox, président et directeur général;

Lawrence Martin, directeur général, «Wawatay Native Communications Society».

Du «Inuit Broadcasting Corporation»:

Blandina Makkik, créatrice de la programmation pour enfants;

Lorraine Thomas, directrice du développement.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

CA1
XC68
-C13

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 34

Thursday, October 20, 1994

Chairperson: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 34

Le jeudi 20 octobre 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of the Canadian Broadcasting Corporation

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la Société Radio–Canada

---

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

LIBRARY

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chairperson: John Godfrey

Vice–Chairs: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Associate Members

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidents: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakvillle—Milton)
Jan Brown (Calgary–Sud–Est)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Membres associés

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

THURSDAY, OCTOBER 20, 1994
(41)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 9:05 o'clock a.m. this day, in Room 209, West Block, the Chair, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Bonnie Brown, Jan Brown, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Albina Guarnieri, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Suzanne Tremblay.

Acting Member present: Ron Fewchuk for Glen McKinnon.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: From CanWest Global Communications: James F. Sward, President; Glenn O'Farrell, Vice–President, Legal and Regulatory Affairs. *From the Network Advisory Committee of the CBC English Language Affiliates:* Keith Campbell, Vice–President, Corporate Affairs, Baton Broadcasting Incorporated; Dennis Watson, Executive Vice–President and General Manager, CHEX Television, Peterborough. *From «Télévision Quatre Saisons»:* Charles Bélanger, President and CEO, CFCF Inc.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee resumed its study of the Canadian Broadcasting Corporation (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Thursday, September 22, 1994, Issue No. 26*).

The witnesses from CanWest Global System each made an opening statement, and answered questions.

The witnesses from the Network Advisory Committee of the CBC English Language Affiliates each made an opening statement, and answered questions.

At 10:19 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 10:26 o'clock a.m., the sitting resumed.

The witness from "Télévision Quatre Saisons" made an opening statement, and answered questions.

At 10:59 o'clock a.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE JEUDI 20 OCTOBRE 1994
(41)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 9 h 05, dans la salle 209 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Bonnie Brown, Jan Brown, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Albina Guarnieri, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Suzanne Tremblay.

Membre suppléant présent: Ron Fewchuck remplace Glen McKinnon.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: De CanWest Global Communications: James F. Sward, président; Glen O'Farrell, vice–président, Affaires juridiques et réglementation. *Du Comité consultatif des affiliés de langue anglaise de Radio–Canada:* Keith Campbell, vice–président, Affaires générales, Baton Broadcasting Inc.; Dennis Watson, vice–président et directeur général, CHEX Television, Peterborough. *De Télévision Quatre Saisons:* Charles Bélanger, président et chef de la direction, CFCF Inc.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité poursuit son étude de la Société Radio–Canada (*voir les Procès–verbaux et témoignages du jeudi 22 septembre 1994, fascicule nº 26*).

Les témoins de CanWest Global System font des exposés et répondent aux questions.

Les témoins du Comité consultatif des affiliés de langue anglaise de Radio–Canada font chacun un exposé et répondent aux questions.

À 10 h 19, la séance est suspendue.

À 10 h 26, la séance reprend.

Le témoin de Télévision Quatre Saisons fait un exposé et répond aux questions.

À 10 h 59, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Thursday, October 20, 1994

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le jeudi 20 octobre 1994

• 0905

The Chair: Well, ladies and gentlemen, we have two sets of witnesses today. If you consult your order of the day you'll see that our initial guests are from CanWest Global. They are Mr. Sward and Mr. O'Farrell. Then, from the Network Advisory Committee of the CBC English Language Affiliates, we have Keith Campbell and Dennis Watson. We welcome all of you. Then we'll have from Quatre Saisons the next presentation.

I suggest we take about an hour for the first session. What I would ask each group to do is to summarize their remarks in about ten minutes, so that we'll have ten minutes from CanWest Global and ten minutes from the Network Advisory Committee.

We have received written documents from both groups, which we can take as read. We will read them. What I would like you to do is to speak to the documents so that you give us the highlights. Assume that we can read them; don't feel that you have to read out the text to us. I would invite you to govern yourselves accordingly, because we want to have as much time for questions as possible.

So that being the case, I would ask the CanWest Global Communications group to make their opening remarks. Welcome to you all.

Mr. James F. Sward (President, CanWest Global Communications): Thank you. Good morning, Mr. Chairman and honourable members of the standing committee. Let me begin by thanking you for inviting CanWest Global to participate in this important discussion. My name is Jim Sward. I'm president of CanWest Global, and beside me is my associate, Glenn O'Farrell, who is vice–president, legal and regulatory affairs.

Let me just briefly introduce our company. The CanWest Global system has television operations that serve all of Canada with the exception of the provinces of Newfoundland, Quebec, and Alberta. In each of those areas we have relationships with private broadcasters that help distribute our programs. We employ at least 900 people across the country on a full–time basis, and we are the largest independent television group in the country. In 1993–94 we expended something close to $70 million in developing and producing Canadian programming. Our company is based in Winnipeg, and it is ultimately owned or controlled by Mr. Israel H. Asper.

On the international front, CanWest has successfully expanded. We have significant economic interests in Network Ten in Australia and TV3 in New Zealand, and most recently in La Red TV network in Chile. Although we're proud of our accomplishments abroad and offshore, our greatest pride is measuring our success and participating at home. This is where we were born, this is where we live, and it's the cornerstone of our company.

Le président: Mesdames et messieurs, nous attendons deux groupes de témoins aujourd'hui. Si vous vous reportez à l'ordre du jour vous verrez que nous accueillerons d'abord des représentants de CanWest Global, à savoir M. Sward et M. O'Farrell. Ensuite nous entendrons le Comité consultatif du réseau sur les affiliés de langue anglaise de la SRC, à savoir Keith Campbell et Dennis Watson. Nous vous souhaitons la bienvenue à tous. Nous entendrons ensuite les représentants de Quatre Saisons.

La première moitié de notre séance durera une heure, et je demanderais donc à chacun des deux groupes de résumer son exposé en dix minutes; donc dix minutes pour CanWest Global et dix minutes pour le Network Advisory Committee.

Nous avons reçu une documentation écrite des deux groupes, que nous pouvons joindre telle quelle au compte rendu. Nous la lirons. J'aimerais donc que vous commentiez ces documents, pour nous en donner une idée générale. Partez du principe que nous allons pouvoir les lire nous–mêmes; vous n'avez pas besoin d'en lire le texte mot à mot. Prenez donc vos dispositions en conséquence, pour que nous ayons autant de temps que possible pour les questions.

Cela dit, je vais maintenant demander aux représentants de CanWest Global Communications de prendre la parole. Je vous souhaite la bienvenue.

M. James F. Sward (président, CanWest Global Communications): Merci. Bonjour, monsieur le président, et honorables membres du comité permanent. Je vous remercie d'abord d'avoir invité CanWest Global à participier à ce débat important. Je m'appelle James Sward. Je suis président de CanWest Global, et je suis accompagné de mon associé, M. Glenn O'Farrell, vice–président, Questions juridiques et affaires réglementaires.

Permettez–moi de vous présenter notre entreprise. CanWest Global dessert tout le Canada à l'exception de Terre–Neuve, du Québec et de l'Alberta. Dans chacune de ces provinces nous sommes en relation avec les diffuseurs privés, ce qui nous permet de diffuser nos propres émissions. Nous employons au moins 900 personnes à temps plein, et nous sommes le groupe de télévision indépendant le plus important du pays. En 1993–1994, nous avons dépensé près de 70 millions de dollars pour la production d'émissions canadiennes. Notre société a son siège à Winnipeg, et est la propriété de M. Israel H. Asper.

Sur la scène internationale, CanWest a pris beaucoup d'expansion grâce à ses prises de participation dans Network Ten, en Australie, et TV3, en Nouvelle–Zélande, et plus récemment La Red TV, au Chili. Bien que nous soyons fiers de ce que nous avons accompli à l'étranger, nous tirons surtout une très grande satisfaction de nos succès et de nos activités au Canada. C'est là que nous sommes nés, c'est là que nous vivons, et ce volet de notre activité est la véritable pierre d'angle de notre société.

[*Texte*]

In preparing our submission, a considerable amount of reflection was dedicated to bringing forward practical suggestions that would be helpful to you in drafting your report. Clearly we, the committee, will have the benefit of reviewing a full sample of the past opinions that have characterized this country's ongoing debate about its national public broadcaster.

However, in our view, the review being conducted by your committee is unlike any of its predecessors. There has never in the past been a more daunting combination of forces as that which is mounted at the CBC's doorstep today. The alarming state of our fiscal predicament and the emerging reality of the multiplicity of services and choices from all over the world that the information highway promises to bring are fundamental considerations that no other committee or body before has had to consider when looking at the future of the CBC.

• 0910

Throughout the 60 years or more since the Aird commission filed its report in 1929 on broadcasting in Canada—first radio and then television—CBC has served as a cultural vehicle of our common experiences and our diversity. In many respects, Société Radio Canada and the CBC, through radio and TV, have successfully deployed an all-things-to-all-people approach to public broadcasting. Public broadcasting has covered the widest possible variety of programming choices—news, public affairs, sports, drama, variety, comedy, foreign fare—a complex matrix of local and regional and layers of service, and public broadcasting has included them all.

One could suggest that public broadcasting legitimately develop programming in all those areas, sponsored by public resources, pioneering program concepts and genres at a time when there were few others available to Canada. To a large extent the spectrum of public broadcasting activities extended naturally, more by default as the CBC moved into supply these new and needed services.

Originally television broadcasting was developed as a new industry, serving primarily as the distribution system using both radio frequency and content provider. However, over the years the distribution and programming components of the Canadian broadcasting system have changed dramatically. New Canadian and foreign programming services have emerged and multiplied. Many of the programming genres once in the sole domain of the CBC, such as major league sports, news, and major foreign programs, are now well represented by private broadcasters. New distribution technologies—cable, satellite, and most recently telephone companies—are poised to offer Canadians an even larger expanding array of services.

The fundamental point here is that a great deal has changed in the landscape since the Aird vision. It was a great vision that originally established the CBC. There can be no doubt that conventional television as a whole—the activities of both public and private over-the-air broadcasters—must be re-engineered and repositioned in this new environment if we're to remain relevant and to survive.

[*Traduction*]

En rédigeant notre mémoire, nous avons donné la plus grande importance aux suggestions pratiques que nous pourrions vous faire et qui pourraient vous être utiles pour la rédaction de votre rapport. Nous aurons, avec le comité, l'occasion de participer à un examen approfondi de tout ce qui aura pu être dit jusqu'ici au cours de ce débat permanent qui entoure la question d'un service public de radiotélédiffusion.

Cependant, à notre avis, l'examen entrepris par votre comité est sans précédent dans le passé. Jamais en effet jusqu'ici on n'a assisté à une conjonction aussi formidable de forces que doit affronter aujourd'hui la SRC. D'un côté l'état alarmant de nos finances, de l'autre l'émergence d'une réalité nouvelle de services et de choix multiples de par le monde—je parle de l'autoroute de l'information—définissent une situation dans laquelle ne s'est trouvé jusqu'ici aucun autre comité ni organisme chargé de débattre de l'avenir de la SRC.

Depuis que la Commission d'enquête Aird a déposé son rapport en 1929, il y a plus de 60 ans, la radiodiffusion publique du Canada—d'abord la radio et ensuite la télévision—s'est employée à véhiculer des uns aux autres nos expériences communes et notre diversité. À bien des égards, la SRC a réussi à offrir «de tout pour tous» autant à la radio qu'à la télévision. La radiodiffusion publique a couvert la plus grande variété possible d'émissions: qu'on parle de nouvelles, d'affaires publiques, de sports, de dramatiques, de variétés, de comédies, d'émissions pour enfants et de nouvelles étrangères, la télévision publique a tout montré.

On pourrait argumenter que la télévision publique était justifiée de créer des émissions dans tous ces domaines, forte qu'elle était des ressources publiques, et d'inventer des concepts et des genres d'émissions à une époque où il n'existait pas d'autres choix au pays. Dans une grande mesure, le champ d'activité de la télévision publique s'est étendu de façon naturelle par défaut.

À l'origine, la télévision s'est développée comme une industrie nouvelle, servant à la fois de système de distribution en employant les radiofréquences, et de fournisseur de contenu en créant des émissions. Au fil des ans, les composantes distribution et programmation du système de radiodiffusion canadien ont radicalement changé. De nouveaux services de programmation canadiens et étrangers sont apparus et se sont multipliés. Plusieurs des genres de programmes qui étaient du domaine exclusif de la SRC, notamment les sports professionnels, les nouvelles et les acquisitions étrangères, sont maintenant bien représentés par le secteur des radiodiffuseurs privés. Les nouvelles technologies de distribution—le câble, les satellites, et, plus récemment, les compagnies téléphoniques—sont toutes prêtes à offrir aux Canadiens un choix pratiquement infini de divertissements, de nouvelles et de services transactionnels interactifs.

Il convient de souligner ici que beaucoup de choses ont changé depuis la vision de la Commission Aird, qui a permis de créer la Société Radio-Canada. Il ne fait pas de doute que la télévision généraliste dans son ensemble—les activités des radiodiffuseurs publics et privés par la voie des airs—doit être réinventée et repositionnée pour que la compétitivité demeure dans le nouvel environnement des communications.

[*Text*]

Our Canadian broadcasting system has grown primarily as a result of our combined contributions as a world model broadcasting system. Conventional broadcasting must now develop approaches that are synchronized with the speed and evolution of these changes.

In this new world consisting of many more options to TV viewers, public broadcasting cannot effectively—and the question is, does it need to any longer?—maintain its all–things–to–all–people approach. To survive in this multi–channel universe, public broadcasting will have to reinvent itself in great measure the way private broadcasting has to reinvent itself. In the marketing circles they call it finding a niche.

We believe that re–engineering of the CBC's English–language television activities must begin by finding its niche and focusing its programming mandate on a national level, to become our national service, and abandoning its regional and local activities, except where particular circumstances may warrant. It's no longer appropriate to deploy massive public resources to develop redundant regional or local products. An overwhelming majority of Canadians have access to multiple local and regional services.

Focusing its programming mandate at the national level would also offer the CBC the opportunity to concentrate exclusively on the glue of the country—Canadian news, public affairs, Canadian drama and Canadian variety and program genres. We believe that strengthening the CBC's dedication to these specific genres and focusing it on a national mandate will in turn strengthen the Canadian broadcasting system.

There is no rationale in CBC's legislated mandate to justify its competition with the private sector for acquiring rights for popular foreign programming. If Canadian viewers are well served by the private sector in particular programming genres, then the CBC should refocus its direction in the under–served and Canadian categories.

[*Translation*]

Notre système de radiodiffusion canadien s'est développé principalement grâce à la contribution conjuguée des deux secteurs. Les radiodiffuseurs généralistes doivent maintenant inventer de nouvelles approches qui soient synchronisées sur la vitesse de l'évolution de l'autoroute électronique.

Dans ce nouveau contexte, comprenant beaucoup plus d'options pour les téléspectateurs, les radiodiffuseurs publics ne peuvent pas conserver leur objectif du «tout pour tous». Pour survivre dans l'univers à chaînes multiples les radiodiffuseurs publics devront se redéfinir de A à Z. Dans le jargon du marketing, on parle de «trouver une niche».

Nous croyons que la réingénierie des activités télévisuelles anglophones de la SRC doit commencer par la réorientation de son mandat au niveau national et l'abandon de ses activités locales et régionales, sauf lorsque des circonstances particulières le justifient. Il n'est plus sensé de déployer des ressources publiques massives pour le développement de produits locaux et régionaux redondants. Une majorité de Canadiens ont accès à de multiples services de télévision privée locaux et régionaux.

En limitant sa programmation à l'échelle nationale, la SRC pourrait se consacrer exclusivement aux nouvelles et aux affaires publiques canadiennes, aux dramatiques et aux émissions de variétés d'ici. Nous croyons qu'en renforçant l'intérêt de la SRC pour des genres canadiens bien précis au niveau public national, on renforcera par la même occasion le système de radiodiffusion canadien.

Rien dans le mandat législatif de la SRC ne justifie qu'elle entre en compétition avec le secteur privé pour l'acquisition de droits d'émissions populaires. Si les téléspectateurs canadiens étaient bien servis par le secteur privé en matière de genres d'émissions particuliers, la SRC pourrait alors se réorienter vers les catégories négligées.

• 0915

M. Glenn O'Farrell (vice–président, Affaires juridiques et réglementation, CanWest Global Communications): En limitant sa programmation à l'échelon national, la CBC pourrait se concentrer exclusivement aux nouvelles et aux affaires publiques canadiennes, aux dramatiques et aux émissions de variété d'ici. Nous croyons qu'en renforçant l'intérêt de la CBC pour des genres canadiens bien précis au niveau public national, on renforcera par la même occasion le système de radiodiffusion canadien. Rien dans le mandat législatif ne justifie une telle conccurence.

Nous croyons que pour compenser les pertes de revenus commerciaux découlant du déplacement du mandat national vers des catégories d'émissions précises, il serait opportun de recourrir à de nouvelles sources de revenus. Par exemple, nous recommandons que des droits de distribution soient payés par les entreprises de distribution. La plupart des fournisseurs canadiens de services de programmation, à l'exception des radiodiffuseurs généralisés, sont payés pour la distribution par des exploitants de système de câblodiffusion canadiens en plus de toucher des recettes de la publicité.

Mr. Glenn O'Farrell (Vice–President, Legal and Regulatory Affairs, CanWest Global Communications): By limiting its programming to the national level, CBC could concentrate exclusively on Canadian news and public affairs programs, on dramas and home–grown variety shows. We believe that by re–enforcing CBC's interest for very specific genres at the national public level, we would re–enforce the Canadian broadcasting system at the same time. Nothing in their legal mandate justifies such competition.

We believe that to compensate for commercial revenues lost as a result of shifting the national mandate to specific categories of programs, it would be a good opportunity to try to seek new sources of revenue. For example, we recommend that distribution fees be paid by distribution firms. Most Canadian suppliers of programming services, except for general broadcasters, are paid for distribution by Canadian cable operators, in addition to receiving advertising revenues.

[*Texte*]

Cette solution se justifierait par le fait que les exploitants de systèmes de câblodistribution imputent des droits de détail aux abonnés à l'égard des services qu'ils livrent dans leurs foyers. Il existe une justification incontournable à l'imposition de droits de distribution aux radiodiffuseurs généralistes. Ces derniers, tant dans le privé que dans le public, devraient avoir accès à d'autres sources de revenus pour favoriser le financement de l'acquisition et de la production d'émissions canadiennes de qualité à l'appui des objectifs culturels imposés par la loi.

La CBC pourrait aussi tirer d'autres revenus de l'exploitation de son importante vidéothèque qui est acclamée à l'échelle internationale. Les détenteurs de droits de l'industrie du spectacle ont vu la valeur de leur actif augmenter de manière exponentielle à mesure que les besoins en logiciels de l'univers multi–canaux ont été comblés. La CBC est en excellente position, d'après nous, pour tirer profit de cette demande dans le marché international. On a pu voir la genèse d'une initiative de la CBC avec la coparticipation de Power Broadcasting et CBC, autrefois appelé le Projet North Star.

Ce ne sont là que quelques exemples de nouvelles sources de revenus pour la CBC. Celles–ci ne doivent pas être considérées comme un moyen d'éviter les économies pouvant résulter de la réingénierie, de la sous–traitance ou de l'augmentation de l'efficacité.

Pour que la CBC survive dans l'univers à multi–canaux, les suggestions de politiques doivent être mises en oeuvre de façon judicieuse. Les suggestions que nous faisons ici représentent de grands revirements de politiques qui nécessiteraient une analyse poussée. Nous croyons sincèrement en leur pertinence et leur nécessité. Il reste que tout changement significatif exige une analyse approfondie des activités courantes de la CBC afin d'articuler des propositions plus détaillées.

Les restrictions auxquelles nous sommes confrontés ne sont probablement pas très différentes des limites propres au Comité lui–même. Par exemple, il serait difficile de vous fournir une analyse coûts–bénéfices détaillée des recommandations sans avoir en mains tous les chiffres de la CBC.

Pour répondre à ces préoccupations et vous aider dans vos travaux, nous vous suggérons, à ce Comité, de constituer un groupe de travail formé de Canadiens pour jauger les propositions de politiques qui vous auront été présentées et recommander des options pour votre analyse. Pour commencer, le groupe pourrait compter un nombre égal de représentants de la CBC/SRC et des radiodiffuseurs privés, plus un petit groupe d'intéressés parmi ceux qui ont comparu devant vous.

Le mandat du groupe de travail serait de fouiller les options présentées au Comité, de faire des recommandations concernant leur faisabilité. L'apport conjugé des radiodiffuseurs publics et des radiodiffuseurs privés constituerait un atout précieux pour le Comité.

Le groupe de travail pourrait étudier l'option de la sous–traitance concernant par exemple la vente de publicité et les services d'ingénierie dont la CBC a besoin. Il pourrait aussi analyser les sources alternatives de revenus, exemple, des droits de distribution payés par les exploitants de systèmes de distribution et de la mise en marché internationale de l'imposante bibliothèque de la Société.

[*Traduction*]

This solution would be justified because cable operators require subscribers to pay fees for services they receive in their homes. There is justification for imposing distribution fees on general broadcasters that can't be ignored. These broadcasters, both in the private and public sectors, should have access to other sources of revenue to encourage funding for the acquisition and production of high quality Canadian programs which support the cultural objectives set out by law.

CBC could also obtain other operating revenues from its large video library which is renowned worldwide. For people in show business with rights, the value of their assets increased exponentially as requirements for software in the multichannel universe were met. In our opinion, CBC is in an excellent position to benefit from this international demand. We witnessed the genesis of a CBC initiative in its co–participation with Power Broadcasting, which was previously known as Project North Star.

These are just a few examples of new sources of revenue for CBC. They must not be considered a means of avoiding savings that could result from re–engineering, subcontracting or increasing efficiency.

For CBC to survive in the multichannel universe, political recommendations must be implemented judiciously. The suggestions that we are making here represent complete reversals of policy which would require in–depth analyses. We sincerely believe they are relevant and necessary. The fact remains that any significant change requires in–depth analyses of CBC's current activities in order to prepare more detailed proposals.

The limitations that we are facing are probably not very different from the limits of this committee. For example, it would be difficult to provide you with a detailed cost–benefit analysis of the recommendations without having all of the statistics on CBC at hand.

To address these concerns and to help you in your work we would suggest that the committee strike a working group made up of Canadians to gauge the political proposals which will be presented and to recommend options for you to analyze. For starter, the group could be made up of an equal number of representatives from CBC and private broadcasters, plus a small group of interested people from among those who appear before you.

The mandate of this working group would be to take a close look at the options presented to the committee and to make recommendations concerning their feasibility. The joint contribution of public and private broadcasters would be a precious asset for this committee.

The working group could study subcontracting concerning, for example, the sale of advertising and the engineering services that CBC needs. It could also analyze alternate sources of revenue, such as distribution fees paid by distribution system operators and the marketing abroad of the corporation's large library.

[*Text*]

En limitant le mandat du groupe de travail à 60 ou peut–être 90 jours, le Comité se donnerait la possibilité d'examiner les recommandations du groupe avant de rédiger son propre rapport aux gouvernement.

Mr. Sward: Mr. Chairman, in our view the importance of your report for the future of Canadian broadcasting is of the highest order. We are strong advocates for the CBC. We think we have it right in Canada, with the mixture of public and private factors. We know that it's a world model for many other countries. Perhaps one could conclude that now more than ever in our history we need a strong CBC, and I think we would agree with that.

• 0920

Also, there's the dilemma that perhaps now more than ever in our history we can't afford to support the CBC to the same extent we have in the past, and our recommendation is that the core, key, important element of the CBC be focused upon and that proper funding be put behind that particular national focus and that we go forward from here on that basis.

Thank you very much.

The Chair: Thank you very much. We turn now to the Network Advisory Committee of the CBC English Language Affiliates.

Mr. Keith Campbell (Network Advisory Committee of the CBC English Language Affiliates): Good morning, Mr. Chairman, to you and the members of your hardworking committee. My name is Keith Campbell. I'm with Baton Broadcasting. Baton operates 20 television stations, all of which are located in either Ontario or Saskatchewan. We have stations that are affiliated with the Canadian Broadcasting Corporation, the CTV Television Network, and three independent stations operating in southwestern Ontario.

With me is Mr. Dennis Watson. Dennis is the vice–president and general manager of CHEX TV, Peterborough, a very long–standing affiliate of the CBC. He is also here representing, as do I, 19 other stations that are represented with the Canadian Broadcasting Corporation affiliate structure.

Mr. Godfrey, as you're aware, it was the intent of our president, Douglas Bassett, to be here this morning. He could not make it. With your permission, I'd like to read into the record his comments for this proceeding.

Dear Mr. Godfrey:

Although my schedule has not allowed me to join my colleagues in appearing before your committee today, I hope you allow me to add my voice to the public record of your proceedings. My reason for doing so is to underline the importance I place on the relationship between the CBC and its privately owned affiliated television stations. As you know, this relationship is one of long standing and, in my personal experience, an extremely productive one.

[*Translation*]

By limiting the mandate of this working group to 60 or maybe 90 days, the committee would have the possibility of examining the group's recommendations before writing its own report for the government.

M. Sward: Monsieur le président, à notre avis, votre rapport sera très important pour l'avenir de la radiodiffusion au Canada. Nous sommes de grands défenseurs de la SRC. Nous croyons que nous avons un bon système au Canada, avec un mélange de facteurs publics et privés. Nous savons qu'il est un modèle international pour bien des pays. Je pourrais peut–être conclure en disant que, maintenant plus que jamais dans notre histoire, nous avons besoin d'une radiodiffusion publique forte, et je pense que vous en conviendrez.

De plus, nous faisons face à un dilemme: maintenant plus que jamais, nous ne pouvons nous permettre d'appuyer la SRC autant que nous l'avons fait par le passé, mais nous recommandons en même temps qu'il faut se concentrer sur les éléments essentiels du mandat de la société et donner à celle–ci les fonds nécessaires pour assurer une présence nationale.

Je vous remercie.

Le président: Merci beaucoup. Passons maintenant au Comité consultatif du réseau sur les affiliés de langue anglaise de la SRC.

M. Keith Campbell (Comité consultatif du réseau sur les affiliés de langue anglaise de la SRC): Bonjour, monsieur le président, et valeureux membres du comité. Je m'appelle Keith Campbell. Je travaille chez Baton Broadcasting. Nous exploitons 20 stations de télévision qui sont toutes situées en Ontario ou en Saskatchewan. Nous avons des stations qui sont affiliées à la Société Radio–Canada et au réseau de télévision CTV, ainsi que trois stations indépendantes dans le sud–ouest de l'Ontario.

Je suis accompagné de Dennis Watson, qui est vice–président et directeur général de CHEX TV, à Peterborough, une station depuis longtemps affiliée à la SRC. Comme moi, il représente ici 19 autres stations affiliées à la société d'État.

Monsieur Godfrey, comme vous le savez, notre président, M. Douglas Bassett, avait l'intention d'être ici ce matin. Il n'a pas pu le faire. Avec votre permission, je vais lire le texte qu'il a préparé à votre intention.

Monsieur Godfrey,

Bien que mon emploi du temps ne m'ait pas permis de comparaître avec mes collègues devant votre comité aujourd'hui, j'espère que vous me permettrez d'ajouter ma voix au procès–verbal officiel de vos délibérations. Il s'agit de souligner l'importance que j'accorde aux relations entre la SRC et les stations de télévision privée qui lui sont affiliées. Comme vous le savez, ces relations existent depuis longtemps, et, à mon avis, elles sont extrêmement fructueuses.

[*Texte*]

Through the facilities of the affiliates, the CBC's public broadcasting services are able to reach Canadian viewers who might otherwise be unserved. At the same time, the relationship makes a very positive contribution to the viability of the affiliated stations, an important economic contribution to the Canadian broadcasting system and the communities we serve.

I also want to emphasize the importance of proper and predictable funding for the CBC, without which the corporation would surely fall short of delivering these important public services.

I thank you for taking these thoughts into consideration and wish you and the members of your committee all the best in this important undertaking.

Douglas Bassett

I will ask my colleague, Dennis Watson, to begin the text of our remarks.

Mr. Dennis Watson (Network Advisory Committee of the CBC English Language Affiliates): Good morning. The English Language Affiliates are privately owned television broadcasters that have a contractual arrangement with the CBC to deliver the CBC services to 21 communities and their surrounding areas across Canada. The viability of these stations is of extreme importance to the Canadian broadcasting system. The English–language affiliates have a weekly reach of over three million Canadians. For the majority of these people, their English–language affiliate is the only local television broadcast presence and of course the only local originating news source.

The English–language affiliates employ over 750 Canadians and they spend over $15 million on Canadian programming. Collectively, the CBC affiliates deliver 25% of the English language audience of the CBC. The affiliates came into being during the 1950s and the rationale was simple: the CBC couldn't afford to deliver a signal to all of Canada, so a partnership was arranged with local entrepreneurs. This novel approach to broadcasting is unique in that it allows for national network coverage as well as local reflection from the affiliate.

As in all relationships, the CBC and its affiliates have not always seen eye to eye. We've had our problems, we've had our differences of opinion, but we have negotiated and we've made it work. We are here today to convey a simple message—the private affiliate model we operate under is a successful and uniquely Canadian model worthy of preservation and indeed expansion.

• 0925

We urge the committee to support the continued operation of the private affiliate model in the markets we serve and to make recommendations to the government that are consistent with keeping these local services alive. Absent the partnership that exists between the CBC and the English language affiliates, a large number of affiliate stations would cease to exist.

The English language affiliates wish to express their strong support for the CBC and CBC's ongoing efforts to become a more efficient operation.

[*Traduction*]

Grâce aux installations de ces stations affiliées, les services publics qu'offre la SRC peuvent atteindre les téléspectateurs canadiens, qui, autrement, pourraient ne pas les obtenir. En même temps, ces relations apportent une contribution très positive à la viabilité des stations affiliées, une importante contribution économique au système de radiodiffusion canadien et aux collectivités que nous desservons.

Je tiens également à souligner l'importance d'accorder un financement suffisant et prévisible à la SRC, faute de quoi la société serait certainement incapable d'offrir ces services publics importants.

Je vous remercie de prendre mes observations en ligne de compte et je vous souhaite, ainsi qu'aux membres du comité, bonne chance dans cette importante initiative.

Douglas Bassett

Je demanderai à mon collègues, Dennis Watson, d'entamer la présentation de notre mémoire.

M. Dennis Watson (Comité consultatif du réseau sur les affiliés de langue anglaise de la SRC): Bonjour. Les affiliés de langue anglaise sont des télédiffuseurs privés ayant conclu un arrangement contractuel avec la SRC pour offrir les services de celle–ci à 21 collectivités et aux régions environnantes dans l'ensemble du pays. La viabilité de ces stations revêt une importance extrême pour le système canadien de radiodiffusion. Chaque semaine, les affiliés de langue anglaise atteignent plus de 3 millions de Canadiens. Pour la plupart de ces gens–là, l'affilié de langue anglaise est la seule station de télévision locale et, bien entendu, la seule source de nouvelles locales.

Les affiliés de langue anglaise emploient plus de 750 Canadiens et consacrent plus de 15 millions de dollars à la programmation canadienne. Collectivement, les stations affiliées desservent 25 p. 100 de l'auditoire de langue anglaise de la SRC. L'idée des affiliés a été lancée pendant les années cinquante pour une raison fort simple: la SRC n'avait pas les moyens de couvrir l'ensemble du pays; par conséquent, elle a dû conclure des partenariats avec des entrepreneurs locaux. Cette nouvelle approche de la radiodiffusion est unique dans la mesure où elle permet d'avoir un réseau national en laissant aux affiliés le soin de traiter des questions locales.

Comme dans tous les partenariats, les rapports entre la SRC et ses affiliés n'ont pas toujours été harmonieux. Nous avons eu nos problèmes et nos différences d'opinions, mais nous avons négocié et nous avons fait fonctionner le système. Aujourd'hui, nous sommes ici pour communiquer un message simple: notre modèle d'affilié privé fonctionne bien; c'est un modèle typiquement canadien qui mérite d'être conservé, et même développé.

Nous exhortons le comité à appuyer le système des stations privées affiliées sur les marchés que nous desservons et à formuler, à l'intention du gouvernement, des recommandations qui cadrent avec la nécessité de maintenir les services locaux que nous offrons. Si le partenariat entre la SRC et les affiliés de langue anglaise n'existait pas, bon nombre de ces stations fermeraient.

Les affiliés de langue anglaise tiennent à exprimer leur solide appui à la SRC et aux efforts qu'elle déploie pour améliorer sa gestion.

[*Text*]

We support the commitment made by the present government upon coming to power that they would commit stable funding to the CBC for the next five years. Financial stability for the CBC creates greater certainty for our operations and greater stability for the services we offer our Canadian communities. Without this funding, the CBC may not be delivered in our markets. Certainly the network and its affiliates offer a low–cost economical way to distribute the CBC signal.

Mr. Campbell: There are benefits to the affiliates from our association with the CBC English language network. The affiliates are compensated by the CBC for delivery of this audience in three ways: first, the affiliates are paid on a negotiated annual basis for providing the CBC with access to the affiliates' distribution network in order to have the CBC programming delivered to the local marketplace. The CBC is given 16.5 hours of time between 6 p.m. and midnight and a further 21 hours of non–prime time each week.

The affiliate is also given some access to local advertising availabilities in network reserve time and is provided with the opportunity to access programming produced and acquired by the CBC that is not part of what is called CBC reserve time.

There are benefits to the CBC from the relationship. The English language network benefits in a number of direct and indirect ways.

First, 25% of their audience nationally is achieved by this relationship with the affiliates.

Second, we provide promotion of the CBC's Canadian programs in our own time and build audience commitment to CBC programming.

Third, we provide a source of unduplicated market reach. Approximately half the population reached by private affiliates sees the private affiliates as the only source of local information in their community.

Fourth, we provide a strong lead–in to network programming at no cost to the CBC. In many of the private affiliate markets the affiliate is the number one news station in the market, and this benefits the corporation. The commitment of the local community to the local station helps the commitment to the CBC.

Finally, we provide a saved investment, a capital cost saving to the corporation, which would have to expend, by their own estimate, between $50 milliion and $60 million to build rebroadcasting stations to duplicate the reach the private affiliates now provide.

Mr. Watson: The English language affiliates deliver local community programming to areas that otherwise have no source of such programming. We are community–based broadcasters who speak with and to our local communities 365 days a year.

It's our belief that in this day of satellite–delivered services and information superhighways we are the last reliable service station for our communities, which would otherwise be forgotten. As secondary market stations in a world witnessing increased internal international competitiveness, we submit that we are the heart of the Canadian broadcasting system.

[*Translation*]

Nous appuyons l'engagement pris par le gouvernement actuel lors de son accession au pouvoir d'assurer un financement stable à la SRC au cours des cinq prochaines années. Si l'on assurait la stabilité financière de la SRC, nous serions plus sûrs de réaliser nos activités et d'offrir des services aux collectivités canadiennes que nous desservons. Sans ce financement, ces collectivités pourraient ne pas recevoir les émissions diffusées par la société d'État. De toute évidence, le réseau et ses affiliés offre un moyen économique de distribuer les signaux de la SRC.

M. Campbell: Grâce à leur association avec le réseau anglais de la SRC, les stations affiliées obtiennent certains avantages. Étant donné qu'elles desservent l'auditoire de la société d'État, elles obtiennent en retour une compensation de trois manières: premièrement, elles reçoivent un montant annuel négocié parce qu'elles mettent leur réseau de distribution à la disposition de la SRC afin qu'elle diffuse ses émissions sur le marché local. Ainsi, chaque semaine, la SRC obtient 16,5 heures de temps d'antenne entre 18 heures et minuit, et 21 autres heures en dehors des périodes de pointe.

La station affiliée obtient aussi un certain accès aux créneaux publicitaires locaux pendant la période réservée au réseau, et on lui donne la possibilité d'accéder à la programmation produite et acquise par la SRC, qui n'est pas diffusée pendant la période réservée à la société d'État.

Le réseau anglais de la SRC bénéficie également de cette association, et ce, de façon directe et indirecte.

Premièrement, 25 p. 100 de son auditoire national reçoit ses services par l'entremise des stations affiliées.

Deuxièmement, nous faisons la promotion des émissions canadiennes de la SRC pendant notre temps d'antenne et nous contribuons à fidéliser les téléspectateurs aux émissions de la SRC.

Troisièmement, nous lui permettons d'atteindre le marché sans dédoublement. Près de la moitié de notre auditoire considère les stations affiliées comme la seule source d'information locale dans leur collectivité.

Quatrièmement, nous fournissons une importante voie d'accès aux émissions du réseau sans frais pour la SRC. Dans bien des régions couvertes par une station affiliée, celle–ci est la première station d'information sur le marché, ce qui est avantageux pour la société d'État. La fidélité de la population locale à la station locale entraîne une fidélité à la SRC.

Enfin, nous sommes un investissement sûr, une économie en immobilisations pour la SRC, qui, autrement, d'après ses propres estimations, dépenserait entre 50 et 60 millions de dollars pour construire des stations de rediffusion qui atteindraient les marchés actuellement desservis par les affiliés privés.

M. Watson: Les affiliés de langue anglaise offrent des émissions communautaires locales dans des régions qui, autrement, n'auraient pas d'autres sources. Nous sommes des radiodiffuseurs axés sur la communauté et communiquant avec celle–ci 365 jours par an.

Nous croyons qu'en cette ère de radiodiffusion par satellite et d'autoroute électronique, nous sommes le dernier bastion offrant des services fiables à nos collectivités, services qui, autrement, seraient oubliés. En tant que stations secondaires dans un monde où l'on assiste de plus en plus à une concurrence internationale sur le marché national, nous estimons que nous sommes au coeur même du système canadien de radiodiffusion.

[*Texte*]

I'd like to refer to the letters in the presentation we sent to the committee. I'd ask you to read the excerpts we put in there. I think they sum up quite succinctly what I've just said.

Turning our attention to the question set out in your guidance document, we'd like to share our observations.

First, as to the role of the CBC in the multi-channel universe, clearly the generation of Canadian programming is the primary role of the CBC. This aspect of the CBC's mandate should be looked at from a broad perspective.

The affiliates submit that the CBC not only creates programming but should also be given recognition for the indirect impact it has through the affiliate relationship for the creation of our programming. Without the affiliate relationship, there would not be near the same level of local Canadian production taking place in the affiliates' markets. The continuation of this relationship and the continued ability of the affiliates to generate this programming should be a consideration in assessing the performance of the CBC.

Regarding the delivery of audience, the CBC must continue to be assessed in terms of its delivery. There is no role for an elitist, narrow-interest, publicly funded broadcaster in an age of decreasing availability of public moneys. The combination of popular programming with some narrow-interest programming remains the appropriate mix for the CBC. The affiliates need access to the popular programming, both produced and acquired by the CBC, in order to keep our local audiences tuned to the Canadian network. This should be programming that is relevant and popular.

• 0930

In terms of our affiliate relationship, we built a network of training and development opportunities for Canadians. The presence of small-market stations operating as CBC affiliates has provided Canadians with access to opportunities to work in this medium, and certainly we fulfil the local regional programming needs of the communities we serve.

Mr. Campbell: We reiterate our view that in the multi-channel universe, the CBC, in conjunction with the affiliates, provides a service that is likely to be unduplicated by any other service provider in this country, the service being a combined local and national service that speaks to Canadians in a uniquely Canadian manner.

There are a number of ways the CBC can provide its mandated service in the multicultural universe, within its projected fiscal situation. Clearly, it can obtain money from Parliament, and it can obtain money from other sources.

The English-language affiliates wish to emphasize to the committee that there is no money available from the affiliates' pockets to fund the CBC. Most private affiliates operate in very lean operations, in very small markets. The margins are such

[*Traduction*]

Permettez-moi de vous renvoyer aux lettres accompagnant le mémoire que nous avons envoyé au comité. Je vous invite à en lire les extraits, qui résument assez succinctement ce que je viens de dire.

Maintenant, permettez-moi de vous formuler quelques observations sur la question que vous avez soulevée dans votre document d'orientation.

Tout d'abord, en ce qui concerne le rôle de la SRC face à la multiplication des canaux, il est évident que son rôle primordial consiste à produire des émissions canadiennes. Cet aspect de son mandat doit être envisagé dans une perspective élargie.

Les stations affiliées estiment que la SRC ne crée pas seulement des émissions; il faut également reconnaître qu'elle influe indirectement sur la création de nos propres émissions, à travers le partenariat qui nous unit. Sans ce partenariat, nous serions loin de produire autant d'émissions canadiennes sur nos marchés respectifs. Le maintien de cette relation et la capacité des affiliés de continuer à produire ces émissions doivent être pris en ligne de compte dans l'évaluation du rendement de la SRC.

En ce qui concerne la desserte de l'auditoire, la SRC doit continuer à être évaluée en fonction des émissions qu'elle offre. Nous n'avons pas besoin de radiodiffuseur public qui serait élitiste et qui représenterait des intérêts étroits dans une conjoncture où les fonds publics s'amenuisent constamment. La Société Radio-Canada devrait continuer d'offrir une programmation mixte, composée d'émissions d'intérêt restreint et d'émissions populaires. Les affiliés doivent avoir accès à la programmation populaire, tant produite qu'achetée par la SRC, pour s'assurer de la fidélité de l'auditoire local. Cette programmation devrait être à la fois pertinente et populaire.

En ce qui concerne nos rapports en tant qu'affiliés, nous avons créé un réseau de possibilités en matière de formation et de perfectionnement pour les Canadiens. La présence de stations affiliées à la SRC qui desservent de petits marchés a permis aux Canadiens d'avoir accès à des possibilités d'emploi dans ce domaine, et nous répondons sans nul doute aux besoins en matière de programmation locale et régionale des collectivités que nous desservons.

M. Campbell: Nous réitérons notre opinion selon laquelle dans l'environnement multi-canaux, la SRC, de concert avec ses affiliés, assure un service qui a peu de chances d'être offert par un autre radiodiffuseur dans notre pays, puisqu'il s'agit d'une combinaison de service local et national qui touche les Canadiens grâce à des émissions bien canadiennes.

Il y a diverses façons pour la SRC d'assurer le service qui lui incombe en vertu de son mandat dans le milieu multiculturel, tout en respectant ses prévisions budgétaires. Elle peut évidemment obtenir des crédits parlementaires, et elle peut aussi trouver d'autres sources de financement.

Les stations affiliées de langue anglaise tiennent à répéter aux membres du comité qu'elles n'ont pas les moyens de financer la Société Radio-Canada. La plupart des stations affiliées privées ont déjà des budjets très restreints, et desservent

[*Text*]

that they do not have the ability to make further contributions to the corporation. We presently offer them an efficient model for delivery of their service in our communities, but we cannot be a target for subsidy.

We support the CBC in its attempts to create operating efficiencies. We are sure that all comments made by all before you speak to that cause.

Our desire is that the CBC remain in part an advertiser–supported operation, focused on the creation of programming that attracts audiences, and it must remain commercially relevant to remain relevant in each of our communities.

The English–language affiliates support the concept of consideration of fee–for–carriage. The private affiliates strongly urge this committee to recommend fee–for–carriage by cable companies to be adopted as an appropriate alternative revenue–generating mechanism for the CBC, and indeed for all Canadian broadcasters.

The concept of fee–for–carriage has been raised with the CRTC, with no positive response received. The Canadian Association of Broadcasters indeed urged the commission to consider this alternative at the structural hearing of 1993. It was not accepted.

We would ask the committee to support this approach, in the interest of the CBC and the foundation broadcasting service.

The Chair: Thank you very much.

I think we'll turn now to Mrs. Tremblay.

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Bonjour messieurs. Merci beaucoup pour vos présentations.

À cette étape–ci des travaux, je voudrais vous poser une question générale.

Le président: Aux quels messieurs?

Mme Tremblay: N'importe qui veut répondre.

Le président: D'accord.

Mme Tremblay: Je pense que ma question est assez vaste pour englober le tout.

Ce qu'on a entendu jusqu'à maintenant, ce sont des producteurs qui nous ont dit «Radio–Canada ne devrait plus rien produire mais nous laisser produire, nous les privés.» Il y en d'autres qui sont venus nous dire: «Radio–Canada ne devrait plus rien distribuer, c'est nous qui devrions distribuer. Radio–Canada devrait juste produire.»

Qu'est–ce qu'on vous donne à vous, dans le milliard et demi de dollars de Radio–Canada? Êtes–vous capables de produire? Êtes–vous capables de distribuer? Qu'est–ce qu'on laisse à Radio–Canada une fois que vous vous êtes servis dans le pot? C'est un peu comme cela. C'est peut–être un peu dur comme question, ou raide, mais à ce stade–ci de nos travaux, je pense qu'on en est rendu là.

Quel morceau du pot vous voulez?

M. O'Farrell: Je vais tenter une réponse si vous me permettez.

[*Translation*]

de tout petits marchés. Leurs marges bénéficiaires sont telles qu'il leur est impossible d'aider davantage la société. Nous lui offrons actuellement un modèle efficace de prestation de ses services dans nos collectivités, mais nous ne pouvons pas être une cible pour une éventuelle subvention.

Nous appuyons les tentatives de la SRC en vue d'exploiter ses services de manière plus efficace. Nous sommes convaincus que toutes les observations formulées par les témoins que vous entendez vont dans ce sens.

Nous souhaitons que la SRC continue d'être en partie un service financé par la publicité, axé sur la création d'émissions qui attirent les auditoires, et qu'elle continue d'être viable du point de vue commercial pour continuer de desservir toutes nos collectivités.

Les radiodiffuseurs affiliés de langue anglaise appuient l'idée d'envisager la perception de droits de distribution. Les affiliés privés demandent instamment au comité de recommander aux câblodistributeurs d'adopter cette solution comme moyen d'accroître les recettes pour la SRC, et en fait pour tous les radiodiffuseurs canadiens.

On a déjà proposé au CRTC l'idée des droits de distribution, mais sans succès. L'Association canadienne des radiodiffuseurs a demandé instamment au conseil d'envisager cette solution de rechange lors de l'audience structurelle de 1993. Le CRTC a rejeté cette demande.

Nous demandons au comité d'appuyer cette option, dans l'intérêt de la SRC et du Foundation Broadcasting Service.

Le président: Merci beaucoup.

Je donne maintenant la parole à M^me^ Tremblay.

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Good morning, sirs. Thank you very much for your presentation.

At this stage of our hearings, I would like to ask a broad question.

The Chair: To whom?

Mrs. Tremblay: To whoever wants to answer it.

The Chair: OK.

Mrs. Tremblay: I think my question is quite comprehensive.

Up to now we have heard testimony from producers who said that the CBC should no longer produce any programming but rather let private stations do it. Others appeared and told us that the CBC should no longer be involved in distribution and rather let them do it while doing only production.

What is in there for you in that billion and a half dollars allotted to the CBC? Are you able to produce? Are you able to distribute? What is left for the CBC once you take your share of the pie? That is how it works. My question might be a bit harsh, but at this stage of our discussion, I think it has to be asked.

What share of the pie do you want?

Mr. O'Farrell: I will try to answer that question if you don't mind.

[*Texte*]

Vous avez effectivement un très sérieux dilemme et je pense que le débat qu'on a fait autour de la Société Radio–Canada depuis 60 ans en est la preuve. On s'est questionné, fois par–dessus fois, occasion après occasion et finalement on se retrouve aujourd'hui devant peut–être le plus grand dilemme que nous puissions avoir.

• 0935

On aborde la question peut–être différemment de la manière que vous l'avez interprétée ce matin. Nous, on pense que la Société Radio–Canada est un service qui doit demeurer viable, pertinent, et qui doit maintenant se repositionner dans l'avenir qu'on peut voir et qui a encore beaucoup d'incertitude, parce que tous les développements de technologie qu'on connaît aujourd'hui ne sont pas à bout de sources; il y aura d'autres nouvelles technologies qui vont s'ajouter et qui vont peut–être rendre cette question encore plus complexe.

Mais nous, nous pensons que la Société Radio–Canada doit préciser son mandat comme producteur et distributeur. Nous ne pensons pas qu'il est temps d'enlever Radio–Canada du portrait de la production d'émissions, ni d'enlever Radio–Canada du secteur de distribution de sa programmation, mais plutôt de faire une mise au foyer sur ses activités, tant sur sa programmation que sur sa distribution.

Le milliard qui est dépensé actuellement par les contribuables canadiens pour supporter Radio–Canada, de toute évidence, selon nous, c'est un milliard qui va disparaître dans peu de temps si les réalités fiscales sont celles qu'on nous donne, du moins, au cours des dix derniers jours entre autres, et par conséquent, nous croyons que ce Comité–ci a une tâche énorme à faire, en ce sens, recommander des options nouvelles. Je pense que la meilleure façon d'aborder la grande question, c'est de dire: précisons l'essentiel du mandat et ensuite, faisons. . .

Mme Tremblay: Je regrette de vous interrompre parce que mon temps est très limité et là, je vois dans quel sens vous pouvez aller, mais tout le monde nous dit: précisons Radio–Canada; mais dans le fond, moi, ce que je conclus jusqu'à cette étape–ci, c'est donnons un mandat national, sortons Radio–Canada des régions. Moi, je viens des régions et vivre uniquement avec le privé, je vous dis que ça ne me tente pas. Il n'y a plus de compétition, il n'y a plus de concurrence et la télé est plate! Plate et archi–plate! Plus plate que ça tu meures! Alors, vivre juste avec la télé privée, moi, je ne peux plus, j'étouffe. On ne pourra pas étouffer toutes les régions du Canada. Ça, c'est clair dans ma tête. Je n'irai jamais dans ce genre d'option–là.

L'autre chose, c'est qu'on dit Radio–Canada, repositionnons–le, faisons–lui faire les affaires plates que personne n'écoute, qui coûtent très cher, pour que nous autres, les privés, on fasse plein de fric. Et c'est comme cela dans tous les secteurs. On avait Air Canada, il faut privatiser pour qu'il y ait peu de monde qui fassent de l'argent. On a cela dans tous les secteurs. Maintenant que Radio–Canada a ouvert le chemin pour la radio et la télé, on dit: tassez–vous, vous autres, laissez–nous faire du fric à quelques–uns!

Ce n'est pas sûr que je veux ce genre de Société–là pour l'avenir au Canada, moi! Parce que quand on va être partis, il faudrait que le Canada soit un pays intéressant.

[*Traduction*]

You have in fact a very serious dilemma, and I think that the whole discussion that has taken place about the CBC for the past 60 years is a good indication of it. We have asked ourselves questions time and time again and we end up today being faced with the greatest dilemma ever.

Perhaps we approach the issue in a different way than what you did this morning. We happen to think that the CBC is an operation that must remain commercially relevant and that must now reposition itself in the future; there is still a lot of uncertainty because all the current technological developments are not the end of it; there will be new technologies that will be developed and that will make this issue even more complicated than it is today.

But we think that the CBC must have a more specific mandate as a producer and distributor. We do not believe it is time to remove the CBC from the programming picture nor from the distribution field, but rather to focus on its operations both in programming and distributing.

As far as the billion dollars in public funds presently spent to support the CBC is concerned, it is obvious to us that this amount will disappear in a short time if the fiscal reality is such as is presented to us, at least during the past ten days; therefore we believe that this committee has a humongous task, that is to make recommendations for new options. The best way to approach the larger issue, in my opinion, is to say that we should specify the major elements of the corporation's mandate and then, we will. . .

Mrs. Tremblay: I apologize for interrupting you but my time is very limited, and I can understand what you mean, but everybody else is saying: let us give the CBC a more specific mandate but in fact, that brings me to the conclusion that we should now give the corporation a national mandate and get it out of the regions. I for one come from a region and I am not interested in an only private broadcasting environment. There would be no more competition, and television programming is boring! Very boring! You cannot conceive anything more boring than that! Therefore, if we had to put up with only private television, I would be bored to death. There's no way we're going to kill all the regions in this country. This is one thing that is clear in my head. I will never agree to that kind of an option.

Besides, some say that we should reposition the CBC and let it produce boring programs that no one is listening to, that are very expensive, to allow private broadcasters to line their pockets. And the same is true in all industries. There used to be Air Canada, but it had to be privatized so that a handful of people can make a lot of money. The same is true in all sectors. Now that the CBC has opened the way to radio and television, they want the corporation to step aside and let a few private broadcasters to line their pockets.

I am not sure that is the kind of society I want to see in the future in this country. Once we are gone, Canada should be an interesting country.

[*Text*]

Donc, on ne peut pas vous laisser. . .

Des voix: Ah, ah!

Une voix: Pas encore!

Mme Tremblay: On est dans un dilemne, c'est vrai; mais vous nous placez dans un drôle de dilemne: demander à Radio–Canada de faire des affaires plates, ce n'est pas possible, cela; il faut qu'ils aient du *fun* à travailler eux aussi, et que cela rapporte un peu et qu'il ait du monde qui les écoute.

Le président: Commentez les affaires plates, là!

M. O'Farrell: Mais ce n'est pas notre proposition. Si vous croyez qu'on propose. . . Laissez–moi compléter! Si vous pensez que notre proposition c'est de faire en sorte que Radio–Canada devienne un service plate, comme vous dites, il y en a certains qui prétendraient qu'ils sont plates aujourd'hui, mais cela est un autre débat.

Ce qu'on pense c'est qu'ils ont fait énormément de bonnes choses dans deux secteurs particulièrement, nouvelle affaire publique et émissions à caractère dramatique; ce sont des succès énormes, des succès au niveau des auditoires canadiens et même un certain succès dans le marketing international qui ont fait de ces émissions–là. On pense qu'on peut déployer des ressources pour continuer dans ces secteurs–là.

Mme Tremblay: À la page 6, vous écrivez: «alors se réorienter vers les catégories négligées». Qu'est–ce que les entrepreneurs privés négligent? Des affaires qui ne sont pas payantes. Vous n'êtes pas assez fous pour aller faire des affaires qui sont négligées et pas payantes. C'est vous qui l'écrivez à la page 6!

• 0940

M. O'Farrell: Oui, oui, tout à fait, sauf que vous avez fait une interprétation de l'exposé que vous avez le droit de faire, mais qui n'est pas l'interprétation que nous voulons apporter. Je ne veux pas non plus monopoliser le côté des réponses. Je suis convaincu que nos amis. . . C'est la manière que le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes catégorisent les programmes. Il y a des programmes qui sont dits peu desservis et les émissions à caractère dramatique sont parmi cette catégorie–là. Les émissions de variétés sont parmi cette catégorie aussi.

Mme Tremblay: Je ne sais pas s'ils ont quelque chose à ajouter là–dessus? Ils sont affiliés, eux.

Le président: Oui, ce sont des affiliés.

Mme Tremblay: Est–ce que vous produisez des émissions?

Mr. Campbell: The affiliates produce local programming and some regional programming. Moreover, Baton produces national programming—if you watch national Blue Jays baseball, etc.

I don't think CBC programming is boring. Some of it may not appeal to me.

The Chair: I think Madam Tremblay was making exactly the opposite point. She was saying—

[*Translation*]

Therefore, we cannot let you. . .

Some hon. members: Oh, oh!

An hon. member: Not yet!

Mrs. Tremblay: True, we are faced with a dilemma, but you put us in a very strange dilemma: it is not possible to ask the CBC to produce boring programming; those people must have fun when doing their work and they must also make some profit and attract some audience.

The Chairman: Tell us what you think about those boring programs.

Mr. O'Farrell: But that is not our proposal. If you believe we are suggesting. . . Let me finish! If you think we are suggesting that the CBC become a boring operation, as you say, some would argue that it is already boring, but that is another issue.

We think that the CBC did a lot of good things in two areas in particular, the news and public affairs and dramas; those are huge successes, both for the number of Canadian viewers and in the international marketing that produce those programs. We think that resources can be allotted to pursue efforts in these areas.

Mrs. Tremblay: On page 6, you say: "then the CBC should refocus its direction on underserved categories". What is it that private broadcasters underserve? Those things that don't pay off. You are not stupid enough to do business that is not interesting and does not pay off. That is what you say on page 6 of your brief!

Mr. O'Farrell: Yes indeed, except that it is your right to give that interpretation of our presentation but it is not the way we see things. I do not want either to be the only one to answer. I am convinced that our friends. . . That is how the Canadian Radio–Television and Telecommunications Commission defines programs. Some of them are said to be underserved, and dramas happen to be in that category, as well as variety shows.

Mrs. Tremblay: I do not know whether they have anything to add on that point? They represent the affiliates.

The Chair: Yes, they are affiliates.

Mrs. Tremblay: Do you produce any programming?

M. Campbell: Les affiliés produisent des émissions locales et quelques émissions régionales. En outre, la société Baton produit des émissions nationales—si vous regardez les parties de baseball des Blue Jays, par exemple.

Je ne pense pas que la programmation de Radio–Canada soit plate. Elle ne me passionne pas toujours.

Le président: Sauf erreur, M^me^ Tremblay a dit tout à fait le contraire. Elle a déclaré. . .

[*Texte*]

Mr. Campbell: Then we agree.

The Chair: —the private sector is boring.

Mr. Campbell: I don't think we agree on that either.

Some hon. members: Oh, oh.

Mr. Campbell: Most Canadians would disagree with you, if you looked at the national ratings that are compiled by independent research companies. Your comment is not supported by evidence.

The Chair: If I may intervene, I suspect Madam Tremblay is talking mostly about television programs in the French language, while you're defending television programs in the English language. So we may be talking about different things.

Is that helpful?

Mr. Campbell: In defence of my French-speaking colleagues, I have occasionally watched variety shows from the province of Quebec and they are spectacular. These were shows done by both the private sector and the English sector.

Mme Tremblay: Non. Plate que j'ai dit.

Mr. Campbell: Let me also state that—

Mme Tremblay: Non, c'est important. Je vais mettre clair ce que j'ai dis: Sortir Radio-Canada des régions, c'est vouer les régions à la platitude, parce qu'à ce moment-là, il n'y a plus de concurrence dans les régions et la télévision privée est plate. Je ne parle pas par exemple du réseau TVA qui doit concurrencer Radio-Canada. Ce n'est pas de cela que je parle. Je parle de la télévision locale qui n'a plus de concurrents, nous donne de petites émissions que pas beaucoup de monde écoute, sauf le téléjournal, parce qu'il est plus intéressant qu'à Radio-Canada.

The Chair: So we're talking about different things here.

Mr. Campbell: I think it's worth noting that the CBC uses a tremendous amount of production from independent producers. In the field of drama, most of what they put to air is already done by the independent production sector, and I know they have no plans to change that. Personally, I would not want to see CBC abandon their responsibility for what's on their air waves, and I don't think you can delegate that.

The Chair: Thank you.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I have one question comment, and you may wish to expand on it. I really appreciate you being here. It's great to meet you. All of this helps so much in terms of understanding the complexities that we're facing here.

It seems with every group that comes before us, it becomes a proliferation of increasing complexities. I hope it's not just because I'm tired, but I need to explore your suggestion about how, by putting together a working group from the industry, we might come to understand the role of the CBC and all of the challenges facing it.

[*Traduction*]

M. Campbell: Alors nous sommes d'accord.

Le président: . . .que le secteur privé est plate.

M. Campbell: Nous ne sommes pas non plus d'accord sur ce point.

Des voix: Oh, oh!

M. Campbell: La plupart des Canadiens ne partagent pas votre avis, si l'on s'en tient aux cotes d'écoute nationales établies par des sociétés de sondage indépendantes. Votre observation n'est pas conforme à la réalité.

Le président: Si vous me permettez d'intervenir, je suppose que M^me^ Tremblay parlait surtout des émissions de télévision en langue française, tandis que vous êtes en train de défendre les émissions de télévision en anglais. On parle peut-être de deux choses différentes.

Cette précision vous est-elle utile?

M. Campbell: Je dirais, pour la défense de mes collègues francophones, qu'il m'est arrivé de regarder des émissions de variétés de la province de Québec et qu'elles sont formidables. Il s'agissait d'émissions produites par le secteur privé et le réseau anglais.

Mrs. Tremblay: No. I said boring.

M. Campbell: Permettez-moi d'ajouter que. . .

Mrs. Tremblay: No, it is important. I want to make it clear: I said that if the CBC withdraws from the regions, those would be left with boring programming because at that time there would not be any competition in the regions and private television is boring. I am not referring to the TVA network that must compete with the CBC. That is not what I'm talking about. I'm talking about local television that has no more competition, that gives us minor programs that no one is looking at, except for the *Téléjournal*, the news program that is more interesting than on the French CBC network.

Le président: Nous ne parlons donc pas de la même chose.

M. Campbell: Il convient de signaler que la SRC utilise énormément d'émissions produites par des producteurs indépendants. Dans le domaine des émissions dramatiques, la plupart des émissions qu'elle diffuse ont été produites par le secteur de la production indépendante, et je sais qu'elle n'a pas l'intention de changer de système. Pour ma part, je ne voudrais pas que Radio-Canada renonce à sa responsabilité à l'égard des émissions qu'elle diffuse, et je ne pense pas qu'on puisse déléguer une telle responsabilité.

Le président: Je vous remercie.

Mme Brown (Calgary-Sud-Est): J'ai une observation à faire sous forme de question, et vous voudrez peut-être y répondre. Je vous remercie de votre présence et je suis très heureuse d'avoir l'occasion de vous rencontrer. Cela nous aide beaucoup à comprendre la complexité de ce dossier.

Il me semble que chaque nouveau groupe de témoins qui comparaît devant le comité ajoute à cette complexité. J'espère que ce n'est pas simplement un signe de fatigue de ma part, mais j'aimerais approfondir votre idée sur la façon dont, en constituant un groupe de travail composé de représentants de l'industrie, nous pourrions mieux comprendre le rôle de Radio-Canada et tous les défis qu'il lui faut relever.

[*Text*]

You've stated that it will be difficult to conclude a comprehensive cost benefit analysis of the recommendations before you receive full financial disclosure from the CBC. You've given a timeframe of 60 to 90 days. We've been struggling with this issue of financial disclosure for some time. You have the government appropriation, and a revenue source from advertising. I still don't know how much comes in from indirect revenues such as Telefilm. There are funds that go into the CBC through Telefilm productions.

• 0945

I'd like you to expand a little on this concept of a working group. Although the timeframe you offer is a good suggestion, it's unrealistic. We don't have full disclosure of the finances of the CBC so I'm not sure how you would see this working group really giving us a substantive base from which to continue our work as a group.

Part of our responsibility as a parliamentary committee is to hopefully develop some kind of model by which the CBC can survive and be sustained. That might mean becoming more like the private sector through a competitiveness approach and more be independent, rather than being so dependent on the government appropriation. Those are some of the things we have a responsibility to do; that's what we're here for.

Mr. Sward: When we suggested disclosure, it wasn't in a full, open, public sense. Perhaps it's a naive suggestion—it's more like a private sector solution—to put together a working committee, including private broadcasters and others with knowledge about the industry. Because we've spent a lifetime working in this business, we can cut to the chase on the numbers very quickly, if someone gives us the numbers. We've done it all before.

It's a question of whether the CBC would be willing to cooperate and would find it helpful in some way. I know in our experience we can do the due diligence and go from the bottom to the top in a television network in South America in 43 days and do a deal.

If we can get the information, perhaps this committee could contribute. It would have to work almost full–time in order to do it. That's where our solution or proposal came from. If this were a problem in the private sector in our business, that's the way we would tackle it. We could do it in 60 or 90 days with knowledge and the right technology. We'd be able to come up with the framework for a solution, a clear direction so we would then proceed, build and put it into place.

Mr. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): I agree with my colleague that it's getting more and more complex as each of these presentations is made.

Mr. Sward, in your opinion—I'm just following on Jan's comments—can this committee make a realistic report on the future of the CBC in a 500–channel universe without full disclosure? Do we need the specifics?

[*Translation*]

Vous avez dit qu'il sera difficile d'effectuer une analyse globale des coûts–avantages des recommandations formulées tant que vous n'aurez pas accès à tous les états financiers de Radio–Canada. Vous avez parlé d'un échéancier de 60 à 90 jours. Il y a déjà un certain temps que nous nous débattons avec cette question de la divulgation des renseignements financiers. Vous avez les crédits votés par le gouvernement et des recettes provenant de la publicité. Je ne sais toujours pas combien vous recevez indirectement par exemple de Téléfilm. La Société Radio–Canada reçoit des fonds par l'intermédiaire des productions de Téléfilm.

J'aimerais que vous nous parliez davantage de ce concept d'un groupe de travail. L'échéancier que vous proposez est une bonne suggestion, mais il est irréaliste. On ne nous a pas divulgué tous les états financiers de la Société Radio–Canada, de sorte que je ne sais pas exactement comment à votre avis ce groupe de travail pourrait vraiment nous fournir une base substantielle à partir de laquelle nous pourrions continuer notre travail.

Votre comité parlementaire a entre autres la responsabilité d'essayer d'élaborer un genre de modèle qui permettrait à la Société Radio–Canada de survivre et d'être maintenue. Cela peut vouloir dire par exemple qu'elle devra devenir plus compétitive et plus indépendante, comme une société privée, plutôt que de dépendre autant des crédits gouvernementaux. Nous avons la responsabilité de faire certaines choses; c'est pour cela que nous sommes ici.

M. Sward: Lorsque j'ai parlé de divulgation, je ne voulais pas parler d'une divulgation publique, ouverte, totale. Il est peu–être naïf de suggérer la mise sur pied d'un groupe de travail composé de représentants des radiodiffuseurs privés et d'autres personnes qui connaissent le secteur. C'est plutôt une solution du secteur privé. Étant donné que nous avons passé toute notre vie à travailler dans ce secteur, nous pouvons trouver les réponses plus rapidement si quelqu'un nous donne les chiffres. Nous avons déjà fait tout cela.

Il s'agit de savoir si la SRC serait prête à coopérer et si elle trouverait cela utile d'une certaine façon. Je sais d'expérience que nous pouvons déployer tous les efforts nécessaires pour réviser tout à fait la situation, comme nous l'avons fait pour un réseau de télévision en Amérique du Sud en 43 jours, et conclure une entente.

Si nous pouvons obtenir les renseignements, peut–être que votre comité pourrait contribuer. Il devrait presque y travailler à plein temps pour y arriver. C'est de là que vient notre solution ou notre proposition. Si on avait les mêmes problèmes dans le secteur privé, c'est ainsi qu'on s'y attaquerait. Avec les connaissances voulues et la bonne technologie, on arriverait à le faire en 60 ou 90 jours. On arriverait à proposer une solution, une orientation claire, que nous pourrions ensuite mettre en oeuvre.

M. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Je suis d'accord avec ma collègue lorsqu'elle dit que les choses deviennent plus complexes au fur et à mesure qu'on nous présente ces exposés.

Pour faire suite aux remarques de Jan. . . monsieur Sward, à votre avis, est–ce que notre comité peut préparer un rapport réaliste sur l'avenir de la SRC dans un univers de 500 chaînes sans qu'il y ait divulgation? Avons–nous besoin des détails?

[*Texte*]

Mr. Sward: Yes, you do. In order to give a complete report that will stand the test of debate, you probably need those numbers and that detail. But on a very conceptual level, if you can't get at them, I think you can make a significant contribution by commenting on the CBC's role, its niche, and what it should focus on.

This is a very valuable building block in our society and in our broadcasting system. Continually shaving it is the worst thing you can do in business. You may have no choice but to cut back your expenses. We have no choice, but the CBC does. We're doing it all over in private business. You can't just tell everybody to cut 10% or 5% more, because your overall level of competency just shrinks back.

At one point you have to look at the pieces and ask, what are the things you have to do right? What are the most important things you do right? How are other situations changed so you don't have to do things any more? You might come to the same conclusion as my associates and I and others who have looked at this, and decide it's time to focus it. If you thought that was a legitimate approach and commented on that on a high level, coming from your perspective, I think that would be a significant contribution. But I agree with you: to really chart it, to really set forth a fully developed case, you need information, you need access to it. That's why we are saying that if we were in your shoes, we'd need to get at it in order to come up with an answer.

[*Traduction*]

M. Sward: Oui, vous en avez besoin. Pour préparer un rapport complet qu'il sera possible de défendre dans un débat, vous aurez sans doute besoin de ces chiffres et de ces détails. Mais à un niveau très conceptuel, si vous ne pouvez les obtenir, je pense que vous avez un rôle très important à jouer en faisant des observations sur le rôle de la Société Radio–Canada, son créneau, et quel devrait être son objectif.

La Société Radio–Canada est une pierre angulaire très valable pour notre société et notre réseau de radiodiffusion. La pire chose que l'on puisse faire en affaires, c'est de constamment réduire. Vous n'avez peut–être pas d'autres choix que de réduire vos dépenses. Nous n'avons pas d'autres choix, mais la SRC a le choix. Nous le faisons partout dans le secteur privé. On ne peut pas tout simplement dire à tout le monde de faire des coupures de 5 p. 100, 10 p. 100, ou plus, car le niveau global de compétence va tout simplement ainsi diminuer.

À un moment donné, il faut examiner la situation et se demander quelles sont les choses qu'il vous faut bien faire, quelles sont les choses les plus importantes que vous faites bien; de quelle façon la situation a–t–elle changé pour que vous n'ayez plus à faire certaines choses. Vous arriverez peut–être à la même conclusion que mes associés et moi–même et d'autres qui ont examiné la situation et qui ont décidé que le moment était venu de faire le point. Si vous pensiez que c'était une démarche légitime et en parliez à un certain niveau, de votre point de vue, je pense que ce serait une contribution importante. Toutefois, je conviens avec vous que pour véritablement préciser les choses, présenter tous les arguments, il faut avoir des renseignements, il faut pouvoir y avoir accès. C'est la raison pour laquelle nous disons qu'à votre place nous voudrions y avoir accès pour essayer de trouver une réponse.

• 0950

Mr. Hanrahan: And you would see that this disclosure—as you say, it may be a naive suggestion, and I'm sure there would be objections on many levels—would be an in–camera kind of approach.

Mr. Sward: Yes, sir. It would be a group of well–meaning Canadians, and there are a lot of them in the business in the private sector of production, in the private sector of broadcasting, who have full and complete knowledge, and whose interests are in making this work. Their interests are not embarrassing them or taking information and peddling it; their interest is in making this work. A group of genuine Canadians such as that I think could make a very real contribution if they could have in–camera access to the information.

Mr. O'Farrell: With your permission, could I just add one comment?

Mr. Hanrahan: Yes.

Mr. O'Farrell: The working group idea came out of discussions I was part of, to a large extent, and I would just like you to know where the idea had its initial spout of life. It was frankly looking at the diversity of views on the CBC. I think Madam Tremblay spoke to it earlier; you have conflicting perspectives on the CBC.

M. Hanrahan: Et vous verriez à ce que ce genre d'information—et comme vous le disiez, la suggestion est peut–être naïve, et il y aurait certes des objections à différents niveaux—soit communiquée à huis clos.

M. Sward: En effet, monsieur. Ce serait un groupe de Canadiens bienveillants, et il y en a beaucoup dans le secteur privé de la production, dans le secteur privé de la radio–télédiffusion, qui sont parfaitement compétents et qui ont tout à fait intérêt à ce que cela fonctionne. Leurs intérêts là–dedans ne leur semblent pas gênants, et il ne s'agirait pas d'un trafic d'informations; ce qui les intéresse, c'est que cela fonctionne. Je crois qu'un groupe de Canadiens sincères comme cela pourraient apporter une contribution très précieuse s'ils pouvaient avoir accès à ce genre de renseignements tout en en maintenant le caractère confidentiel.

M. O'Farrell: Si vous me le permettez, je voudrais ajouter un commentaire.

M. Hanrahan: D'accord.

M. O'Farrell: L'idée du groupe de travail est venue de discussions auxquelles j'ai pris part, dans une large mesure, et j'aimerais simplement que vous sachiez d'où est vraiment sortie cette idée. Il s'agissait franchement d'examiner la diversité des points de vue concernant la SRC. Je crois que M^me^ Tremblay en parlait tout à l'heure; il y a des points de vue différents sur la société.

[*Text*]

Never, I don't believe, at least to my knowledge, has there been a group put together by some mandated committee such as this of private and public broadcasters to look at this question, maybe not to establish consensus but at least to identify two or three options on maybe one simple question, which would be what service level should the CBC provide in the 500–channel universe, and without establishing or arriving at consensus, because that might not be possible, at least look at identifying how the recommendations that would answer that question could be articulated and then look at the practical realities of their implementation. Then it would be for you to deliberate on this and consider in your good time.

As to the timing issue, 60 to 90 days, if more time was available there's no doubt that this exercise could go on for some length. However, I think it's time to come to terms with the reality of our situation—the universe, the highway, and the fiscal realities.

The Chair: Well, thank you very much. It's certainly a very interesting idea and it has obviously grabbed the attention of the committee.

We'll now turn for the next seven minutes to two members on this side, Mr. Gallaway and Mr. Ianno, who will divide their time.

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): Thank you for coming this morning.

I want to address just one question actually to Mr. O'Farrell and Mr. Sward. I was quite taken, because you're really the only people who have come here and really talked about the statutory mandate of CBC. We've heard from a number of people who have suggested that they don't want to pay more, but no one has ever talked about the statutory mandate in any really meaningful way.

You have made a recommendation on page 5 of your remarks that you believe the re–engineering, which is certainly a modern–day buzzword, of the CBC's English language television's activities must begin by focusing its programming mandate at the national level and abandoning its regional and local activities. If that suggestion were to be followed, the question then becomes where will CBC get its money, because in other appearances before this committee the CBC has suggested that its regional and local coverage is where money is being obtained.

Do you believe that the CBC, as it presently exists—and I want to make reference to one other comment you made that CBC has by default moved in to provide needed services—is interpreted by the company as ever–growing, that in fact the management of that corporation is constantly expanding to the point that it becomes totally impossible for them to fulfil their mandate?

• 0955

Mr. Sward: Perhaps Keith as an affiliate would have a better view on this, but it's my sense that it's not growing, that the growing period is over, that they've staked out their local, regional, and national mandates and mandates in English and *en français*. I don't see any growth to that per se. But it is a broad mandate.

[*Translation*]

Jamais, à ma connaissance du moins, un comité comme le vôtre n'a réuni un groupe de radiodiffuseurs privés et publics pour examiner cette question, peut–être pas pour ménager un consensus, mais, au moins, pour présenter peut–être deux ou trois options au sujet d'une simple question, à savoir quel niveau de service la SRC devrait fournir dans l'univers des 500 canaux. Sans pouvoir ménager peut–être un consensus, car ce n'est pas forcément possible, ce groupe pourrait examiner comment les recommandations qui seraient faites en réponse à cette question pourraient être présentées et quelles seraient les conséquences pratiques de leur mise en vigueur. Ensuite, il vous suffirait de délibérer à loisir du résultat de cette réflexion.

Quant au délai à prévoir, 60 à 90 jours, évidemment, s'il y avait plus de temps, cet exercice pourrait se prolonger. Toutefois, je crois qu'il est temps de faire face à la réalité actuelle, qu'il s'agisse de l'univers, de l'autoroute ou des réalités financières.

Le président: Eh bien, merci beaucoup. C'est certainement une idée très intéressante, qui a de toute évidence retenu l'attention du comité.

Nous allons maintenant passer pour les sept prochaines minutes à deux députés de ce côté–ci, M. Gallaway et M. Ianno, qui vont se partager leur temps.

M. Gallaway (Sarnia—Lambton): Merci d'être venus.

J'aimerais poser une seule question, en fait, à M. O'Farrell et à M. Sward. J'ai été assez surpris, car vous êtes en fait les seuls à être venus nous parler réellement du mandat de la SRC tel que prévu par la loi. Nous avons entendu des gens nous dire qu'ils ne voulaient pas payer davantage, mais personne n'a jamais parlé réellement du mandat que la loi confère à la SRC.

À la page 5 de vos observations, vous avez dit que vous croyez que la réingénierie—mot certainement très à la mode—des activités télévisuelles anglophones de la SRC doit commencer par la réorientation de son mandat au niveau national et l'abandon de ses activités locales et régionales. Si cette suggestion devait être suivie, la question serait alors de savoir où la SRC irait chercher son argent, parce que celle–ci a à d'autres occasions déclaré que ce sont justement ses activités régionales et locales qui lui rapportent de l'argent.

Estimez–vous que la SRC, sous sa forme actuelle—et je veux faire allusion à un autre de vos commentaires, selon lequel la SRC a dû par défaut offrir certains services nécessaires—ne peut d'après la société que continuer à se développer, qu'en fait la direction de la société ne cesse de s'élargir au point qu'il devient totalement impossible qu'elle s'acquitte de son mandat?

M. Sward: Keith, en tant qu'affilié, serait peut–être mieux placé pour vous répondre, mais il me semble qu'il n'y a pas de croissance, ou du moins qu'il n'y en a plus, et que les deux réseaux remplissent pleinement leur mandat local, régional et national, en français et en anglais. Je ne vois aucune croissance comme telle. Mais c'est un mandat très vaste.

[*Texte*]

However, we all go through that. When we first put radio on the air, we had programs in the morning for the farmers so they could get the weather and at midday for women, who at that time stayed at home, teenage shows in the evening, and so on and so forth. As radio moved in and things narrowed down, these general interest offerings had to find ways to adapt, narrow down, and change.

Although it hasn't expanded, the CBC hasn't really changed in the last 20 years. They've basically been fulfilling the same mandates. In the meantime, other services have poured into people's homes via various methods duplicating and layering on top of these services.

In the private sector there are two ultimate pieces that keep us thinking about these kind of things. On the one hand, there's the right to profit, which quite often around here is not looked at in the most attractive terms. However, the piece that keeps us honest is that with the right to profit goes the right to go broke and there are many of us in the private sector—not me personally—who have gone broke trying to operate this kind of business. So out of shear survival we have to constantly ask ourselves how we should be reshaping ourselves, which the CBC has not had to ask itself.

They really haven't changed a lot, from my perspective. I think the need for change in this kind of a secure financial environment is something that has to be imposed or they have to be challenged with.

To run a national service in French and a national service in English of fine, top–quality Canadian programming completely funded by the government would, in my opinion, be significantly less than half the parliamentary appropriation that's being given now.

Sir, the vast majority of their revenue comes from their powerful national programming, and they are big players at the national network advertiser showdown that goes on in June. They're there and they walk away with, I think, a couple of hundred million dollars from that table because they have wonderful national programming and good ratings. So there is an awful lot of advertising on the national service.

So I would think that focusing it in this manner would represent a significantly lower contribution from the government.

Mr. Gallaway: I have one short question on a non–related item. We heard from CBC administration that they turn a profit on their sports broadcasts. We've also heard from CTV that is an impossibility. You're a broadcaster—who do you believe?

Mr. Sward: I'm inclined to believe CTV, sir. I know how we, CTV, and other private broadcasters account for that kind of programming genre. I know the kinds of numbers that were paid so I know the top–line numbers. We have a good idea of the revenue numbers. I'm very inclined to believe the CTV in terms of their hunch in that area.

[*Traduction*]

Nous passons tous par là. Quand nous avons commencé à faire de la radio, nous avions des émissions le matin pour les agriculteurs, qui voulaient savoir le temps qu'il ferait, en milieu de journée pour les femmes, qui restaient à la maison à l'époque, pour les adolescents en soirée, et ainsi de suite. Au fur et à mesure que la radio a évolué et que nos activités se sont resserrées, nous avons dû trouver des moyens d'adapter, de spécialiser et de modifier ces émissions d'intérêt général.

Même si elle n'a pas pris d'expansion, la SRC n'a pas vraiment changé au cours des 20 dernières années. En gros, elle continue à remplir à peu près le même mandat. Mais entre–temps d'autres services sont arrivés dans les foyers, par diverses méthodes, et sont venus s'ajouter aux services de la SRC.

Dans le secteur privé, il y a deux grandes vérités qui nous obligent à penser à ce genre de choses. Il y a d'une part le droit de faire des profits, qui n'est pas très bien perçu chez nous la plupart du temps. Mais ce qui nous garde honnêtes, c'est que le droit de réaliser des profits s'accompagne du droit de faire faillite, et beaucoup d'entre nous, dans le secteur privé—pas moi personnellement—ont fait faillite en essayant d'exploiter une entreprise de ce genre. Donc, pour des raisons de survie pures et simples, nous devons constamment nous demander comment nous renouveler, ce que la SRC n'a pas eu à faire.

Elle n'a donc pas vraiment changé, à mon avis. Je pense que la nécessité du changement, étant donné la sécurité financière dont elle jouit, devra lui être imposée ou lui être proposée comme défi.

À mon avis, pour exploiter un service national en français et un service national en anglais offrant une programmation canadienne d'excellente qualité, grâce uniquement aux fonds du gouvernement, il faudrait beaucoup moins de la moitié des crédits que le Parlement accorde actuellement aux deux chaînes.

Monsieur, la majorité de leurs revenus provient de leur importante programmation nationale, et elles sont au premier plan dans la lutte que se livrent les réseaux nationaux tous les mois de juin pour attirer des annonceurs. Elles sont là et elles réussissent à rafler quelques centaines de millions de dollars, si je ne me trompe pas, grâce à leur magnifique programmation nationale et à leurs bonnes cotes d'écoute. Donc, il y a beaucoup de publicité au niveau national.

À mon avis, en abordant la question sous cet angle, il serait possible de réduire considérablement la contribution du gouvernement.

M. Gallaway: Je voudrais poser une petite question sur un autre point. Nous avons entendu les administrateurs de la SRC dire qu'ils réalisent des profits sur leurs émissions sportives. Mais nous avons entendu les gens de CTV nous dire que c'était impossible. Vous êtes un radiodiffuseur—qui a raison, d'après vous?

M. Sward: J'aurais tendance à croire les gens de CTV, monsieur. Tout comme nous, CTV et les autres diffuseurs privés tiennent des comptes sur ce genre d'émissions. Je connais les sommes qui ont été payées, et je sais donc quelles sont les rentrées. Nous avons une bonne idée des recettes. J'ai donc tout à fait tendance à croire que ce sont les gens de CTV qui sont le plus près de la vérité.

[*Text*]

Mr. Campbell: I think that debate probably centres around the Olympics. I've competed against the CBC for advertising revenue most of my life. By and large, they're good competitors. I think the dilemma was caused by the desire to have exclusive and total coverage of the Olympic presentation.

Years ago we had an arrangement that worked very well, that is, that CTV would focus on the winter Olympics and allow the CBC to access a one–hour information package each day and the CBC would focus on the summer Olympics and allow CTV, Global, or the independents acccess to a one–hour information package so that the Canadian viewer had a choice. The Canadian viewer who wanted to watch all of the Olympics could do so, or watch the highlights. Something went wrong. Somehow, that evolved into a competition and now we have far too much money leaving Canada. I think you could suggest the other arrangement works better.

[*Translation*]

M. Campbell: Je pense que ce débat portait probablement surtout sur les Olympiques. J'ai fait concurrence à la SRC pendant la majeure partie de ma vie pour trouver des annonceurs. En général, c'est un bon concurrent. Mais je pense que ce dilemme découle de son désir d'assurer la couverture totale et exclusive des Jeux olympiques.

Nous avions à une certaine époque un arrangement qui fonctionnait très bien, à savoir que CTV s'occupait des Olympiques d'hiver et accordait à la SRC l'accès à une heure d'information chaque jour, tandis que la SRC se chargeait des Olympiques d'été et permettait à CTV, à Global et autres indépendants de diffuser cette heure d'information; les téléspectateurs canadiens avaient donc le choix. Ceux qui voulaient regarder les Olympiques en entier pouvaient le faire, et les autres pouvaient se contenter des faits saillants. Mais les choses ont mal tourné. Pour une raison ou pour une autre, c'est maintenant une affaire de concurrence, et il y a aujourd'hui beaucoup trop d'argent qui sort du Canada. Je pense que vous pourriez dire que l'autre arrangement fonctionnait mieux.

• 1000

The Chair: Market rigging.

Mr. Ianno (Trinity—Spadina): I just want to carry one line that Roger brought up and Keith just mentioned. When it is bid for the Olympics or any sports that's abroad, where does the money go? Does it go to the Olympic organizing committee, the central one?

Mr. Campbell: Most of the money goes abroad. Even with NHL hockey, most of the money goes to the United States, because in effect each team gets 1/26th of the revenue. So if there are more American teams more money leaves the country.

Having said that, I am not advocating, and I don't think even our colleagues at Global would, that CBC get out of the world coverage of sports. That's close to all Canadians. It is commercially attractive under the scenario that you don't overpay.

Besides, the private sector isn't really going to cover the Commonwealth Games that took place on the west coast this past August. CBC covered them and did very well. We at Baton carry and own the national rights to the Toronto Blue Jays. The CBC carries 25 of those games because we can't possibly fit all of that baseball into our schedule. Mr. Sward's network carries NHL hockey, because the CBC can't fit it all into their schedule.

Mr. Ianno: The affiliates that left the CBC, what was the reason for their leaving?

Mr. Campbell: The affiliates that left CBC—and of course we would have direct knowledge of CFPL–TV London, which is Canada's second–oldest privately owned television station—at the time of their disaffiliation from the CBC we were in an extraordinarily buoyant economy. They felt they could be more profitable not saddled with a CBC affiliation agreement and they wanted to control their own destiny.

Le président: Les lois du marché sont faussées.

M. Ianno (Trinity—Spadina): Je voudrais en revenir à une question que Roger a soulevée et que Keith vient de mentionner. Pour la diffusion des Olympiques ou des autres manifestations sportives qui se déroulent à l'étranger, où va l'argent? Est–ce qu'il va au comité organisateur des Olympiques, au comité central?

M. Campbell: La majeure partie de l'argent s'en va à l'étranger. Même dans le cas du hockey de la LNH, la majeure partie de l'argent s'en va aux États–Unis, parce qu'en fait chaque équipe touche le 26e des recettes. Donc, s'il y a plus d'équipes américaines, il y a plus d'argent qui sort du pays.

Cela dit, je ne préconise pas que la SRC cesse de couvrir les manifestations sportives internationales, et je ne crois pas que nos collègues, même chez Global, le préconisent non plus. C'est un domaine qui est cher à tous les Canadiens. Et c'est intéressant commercialement, à condition de ne pas payer trop cher.

D'ailleurs, le secteur privé ne pouvait pas vraiment couvrir les Jeux du Commonwealth qui ont eu lieu sur la côte ouest en août dernier. C'est la SRC qui les a couverts, et elle l'a fait très bien. Nous, chez Baton, nous possédons les droits nationaux pour la diffusion des matchs des Blue Jays de Toronto. La SRC diffuse 25 de ces matchs parce que notre programmation ne nous permet certainement pas de présenter tout ce baseball. Et le réseau de M. Sward présente du hockey de la LNH parce que la SRC ne peut pas diffuser tous les matchs, étant donné sa programmation.

M. Ianno: Quelle était la raison du départ des affiliés qui ont quitté la SRC?

M. Campbell: Les stations affiliées qui ont quitté la SRC—et, bien sûr, nous avons eu connaissance du cas de CFPL–TV, de London, qui a été la deuxième station de télévision privée au Canada—, quand elles se sont désaffiliées de la SRC, nous vivions dans une économie exceptionnellement florissante. Ces stations ont donc jugé qu'elles seraient plus rentables si elles n'étaient pas limitées par une entente d'affiliation avec la SRC; elles voulaient prendre en main leur propre destinée.

[*Texte*]

The problem was they underestimated the cost of programming and overestimated the likely attainment of revenue and did both of those things at a time when the recession was starting to happen and they wound up in serious difficulty. Barrie has just been granted approval for disaffiliation roughly in a year's time.

The CBC, like ourselves, can't totally control its destiny because the world is changing and Canadian radio–television communications decisions impact them as well as us. For the life of me, I do not understand why this country allows $130 million a year to go to United States program providers of speciality services that aren't really watched to that degree and aren't needed and can be provided by Canadians.

Mr. Ianno: Can you give me some examples?

Mr. Campbell: I can indeed. Mr. Sward on behalf of CanWest Global, myself on behalf of a consortium with CBC, a private–public partnership, as well as CTV and as well as Pelmorex competed for a headline news licence. Not one of the four of us got one.

Mr. Sward: Our money wasn't good enough that time.

Mr. Campbell: You still watch CNN Headline News and the cable companies send 10¢ a subscriber to the United States for that privilege. There are other examples in the speciality area that cable companies bring in from the United States. The CBC, the private sector, the CBC plus the private sector together, putting out equally effective services could keep that money in Canada, strengthen the Canadian system, have more money going to Canadian program producers, make the CBC less dependent on government allocation and give us a chance for profit. Why isn't that looked at? What is the magic about believing that everything that comes from the United States is what we must have? We have world–class program producers in this country.

Mr. Ianno: Why would an affiliate join CBC versus CTV?

• 1005

Mr. Campbell: Basically that's a relationship that initially was solely with the CBC, because the CTV television network was in fact initially started by entrepreneur by the name of Spencer Caldwell in 1960. He did not have any owned and operated stations, but he had a 15–hour access to the independent stations of that day: CFTO, CHAN in Vancouver and CFCN in Calgary. There were eight of them. Mr. Caldwell went bankrupt. The affiliates purchased that network to own it. Subsequently, more stations came in to CTV.

Consider the affiliates of CBC. We are not their partners; we are simply affiliates. In our CTV stations, we are partners. That's the basic difference.

Mr. Watson: Just to add to that, in some of the smaller markets, the CBC affiliates are what we refer to as a twin–stick operation. They are both CBC and CTV affiliates. They originate both programs.

[*Traduction*]

Le problème, c'est qu'elles ont sous–estimé les coûts de programmation et surestiné les recettes possibles, au moment même où la récession a commencé; elles se sont donc retrouvées en sérieuse difficulté. La station de Barrie vient tout juste d'être autorisée à se désaffilier, d'ici un an à peu près.

La SRC, comme nous, ne peut pas assumer pleinement sa destinée parce que le monde change et que les décisions sur la radio–télévision et les communications au Canada la touchent tout autant que nous. Je n'arrive vraiment pas à comprendre pourquoi notre pays permet un exode de 130 millions de dollars par année vers les États–Unis, au profit des services spécialisés, qui diffusent des émissions qui ne sont pas vraiment populaires de toute façon, qui ne sont pas nécessaires et qui pourraient être diffusées par des Canadiens.

M. Ianno: Pouvez–vous me donner des exemples?

M. Campbell: Bien sûr. M. Sward, au nom de CanWest Global, moi–même, au nom d'un consortium formé avec la SRC, une association entre le secteur privé et le secteur public, CTV et Pomerax avons été en concurrence pour obtenir un permis de diffusion de nouvelles brèves. Aucun de nous quatre ne l'a obtenu.

M. Sward: Notre argent n'était pas assez bon à ce moment–là.

M. Campbell: Donc, vous écoutez encore les nouvelles brèves de CNN, et les sociétés de câblodistribution envoient 10c. par abonné aux États–Unis pour avoir ce privilège. Il y a d'autres exemples dans le domaine des services spécialisés que les entreprises de câblodistribution importent des États–Unis. Si la SRC ou le secteur privé, ou encore la SRC et le secteur privé ensemble, mettaient sur pied des services aussi efficaces, cela permettrait de garder cet argent au Canada, de renforcer le réseau canadien, de verser plus d'argent aux producteurs d'émissions canadiennes, de rendre la SRC moins dépendante des fonds gouvernementaux, et cela nous donnerait à tous une chance de faire des profits. Pourquoi est–ce que cette solution n'est pas envisagée? Pourquoi donc croyons–nous toujours que c'est ce qui vient des États–Unis qu'il nous faut? Nous avons pourtant dans notre pays des gens qui produisent des émissions de classe internationale.

M. Ianno: Pourquoi est–ce qu'une station affiliée se joindrait–elle à la SRC plutôt qu'à CTV?

M. Campbell: En fait, cette relation n'existait au départ qu'avec la SRC, parce que le réseau de télévision CTV a été créé, en 1960, par un entrepreneur du nom de Spencer Caldwell. Il n'était ni propriétaire, ni exploitant d'une station, mais il avait accès à 15 heures de programmation des stations indépendantes de l'époque: CFTO, CHAN, à Vancouver, et CFCN, à Calgary. Il y en avait huit. Mais M. Caldwell a fait faillite, et les stations affiliées ont acheté ce réseau. Et par la suite, de nouvelles stations se sont ajoutées au réseau CTV.

Prenons maintenant les stations affiliées de la SRC. Nous ne sommes pas partenaires, mais simplement affiliés, alors que dans le cas des stations du réseau CTV, nous sommes des partenaires. C'est la principale différence.

M. Watson: Je voudrais ajouter que, dans certains marchés relativement restreints, les stations affiliées de la SRC sont ce que nous appelons des stations jumelées. Elles sont affiliées à la fois à la SRC et à CTV et diffusent des émissions des deux réseaux.

[*Text*]

Mr. Ianno: Would there be a market if CBC decided to sell its regional stations?

Mr. Campbell: You mean to the private sector?

Mr. Ianno: Yes.

Mr. Campbell: Yes.

Mr. Ianno: Would they still be willing to supply some of the services the CBC offers under the system as it exists now?

Mr. Campbell: If this committee convinced the government that this was a proper and astute move to make, I'm equally certain the government would not allow any Canadian to be deprived of CBC service. Accordingly, a requirement of any transfer of asset or purchase of asset would be accompanied by the need for an affiliation agreement to provide the full CBC service. That would be a condition.

The Chair: I'd like to perhaps follow up and also end, unfortunately, because we do have other visitors coming.

The affiliate model is intriguing because it's a sort of third point of view we haven't heard. It represents a mixture that is so typically Canadian that only we could have devised such a mad scheme.

It seems to have a special characteristic in English Canada. The number of CBC programs carried by English affiliates is significantly less than those carried by French affiliates. So let's just focus on the English–affiliate model.

In the old days of radio, of course, there were also radio affiliates. I guess there are a couple still left. The general policy in the 1970s was to reduce those affiliations because it seemed to get into the way of the mandate of the renewed CBC radio services, both AM and FM. That seems to have worked quite well, actually, for the radio services.

What's intriguing about the affiliate model is that one is tempted to say that for the CBC English television service to achieve its full plenitude, they should take over those affiliates and control them. Or maybe all of the full–time CBC stations should be affiliated, which is really almost the alternative.

I'll just play the devil's advocate on this and focus on the crucial time period, which I guess is prime time. Let's just talk about weekdays; weekends are special.

Let's say prime time starts at 7 p.m. and not 6 p.m. This is so there could be local news services of the sort you folks already supply. What happens to you now as affiliates if prime time from 7 p.m. to 11 p.m. was totally dedicated during the weekdays to CBC programming? The rest would be up to the affiliates to fill. As I say, let's not worry about the weekend. What happens?

[*Translation*]

M. Ianno: Est–ce qu'il y aurait un marché si la SRC décidait de vendre ses stations régionales?

M. Campbell: Au secteur privé vous voulez dire?

M. Ianno: Oui.

M. Campbell: Oui.

M. Ianno: Est–ce qu'elle serait encore prête à offrir certains des services qu'elle offre en vertu du régime actuel?

M. Campbell: Si votre comité réussissait à convaincre le gouvernement que c'est la chose à faire, je suis certain qu'il ne permettrait pas pour autant que des Canadiens soient privés du service de la SRC. Par conséquent, tout transfert d'actifs, ou tout achat d'actifs, devrait absolument s'accompagner d'une exigence portant sur une entente d'affiliation, en vue de fournir le service complet offert par la SRC.

Le président: J'aimerais poser une question supplémentaire, après quoi nous allons malheureusement devoir conclure, parce que nous avons d'autres visiteurs qui s'en viennent.

Le modèle des stations affiliées est intéressant parce que c'est en quelque sorte un troisième point de vue que nous n'avions pas entendu jusqu'ici. Il représente un mélange si typiquement canadien que personne d'autre n'aurait pu trouver une formule aussi délirante.

Ce modèle semble avoir une caractéristique particulière au Canada anglais. Le nombre d'émissions de la SRC diffusées par les stations affiliées au réseau anglais est sensiblement moins élevé que dans le cas des stations francophones affiliées. Voyons donc d'un peu plus près ce qui se passe du côté anglophone.

Bien sûr, à l'époque de la radio, il y avait également des stations de radio affiliées. Je suppose qu'il en reste encore quelques–unes. Mais la politique générale dans les années soixante–dix, c'était de réduire le nombre de ces affiliations parce qu'elles semblaient nuire à la réalisation du mandat de renouvellement des services de la radio de Radio–Canada, tant au AM qu'au FM. D'ailleurs, les choses semblent s'être assez bien passées du côté de la radio.

Ce qui est intéressant au sujet du modèle des stations affiliées, c'est qu'on aurait presque envie de dire que, pour que le service de la télévision anglaise de Radio–Canada puisse réaliser son plein potentiel, il devrait prendre le contrôle de ses stations affiliées. Ou alors, peut–être que toutes les stations qui diffusent la totalité de la programmation de la SRC devraient en être affiliées, ce qui est presque la seule solution de rechange, en fait.

Permettez–moi de me faire l'avocat du diable une petite minute et de vous donner l'exemple de la période la plus importante, c'est–à–dire les heures de grande écoute. Parlons seulement des jours de semaine, puisque les fins de semaine, c'est autre chose.

Supposons que les heures de grande écoute commencent à 19 heures, et non pas à 18 heures, pour permettre la diffusion de nouvelles locales dans le genre de celles que vous présenter déjà. Qu'est–ce que vous deviendriez, en tant qu'affiliés, si les heures de grande écoute—c'est–à–dire de 19 heures à 23 heures—étaient consacrées en totalité aux émissions de la SRC pendant les jours de semaine? Le reste serait laissé au choix de chaque affilié. Comme je l'ai dit, ne nous occupons pas de la fin de semaine pour le moment. Qu'est–ce qui se passerait?

[*Texte*]

Mr. Campbell: It would have an impact on the profitability of the affiliate. Having said that, there are a few stations who do take the totality of the English network output, including programming that's available at 7 p.m. It isn't sold by CBC; it's what's called available time. In very small markets they tend to take it because the cost of replacing it and/or the advertising demand for that market is such that it's not economically sensible to do anything else.

The larger the station—here's a rule of thumb for you—the less likely it is to want all of the CBC programming, because it impinges on their profitability.

• 1010

Having said that, in my mind there isn't a single CBC station, currently affiliated, that could survive without CBC. They'd go under.

The Chairman: Under this scheme, and understanding we have to negotiate weekends, would the affiliates survive if 7 p.m. to 11 p.m. were uniquely CBC?

Mr. Campbell: Bear in mind what we said earlier. We negotiate with the corporation and we are paid for carriage of their programming. So we're not their partner. In a sense it is a contractual arrangemnt and we're paid. So if the additional time accessed by the CBC to meet your description were paid for, then that becomes simply a negotiation.

The Chairman: I have a feeling this has been very helpful. It is interesting to get two different points of view.

A final question from Mr. Fewchuk, who has just joined us.

Mr. Fewchuk (Selkirk—Red River): As a private businessman, I have a concern with you gentlemen. You always say a private businessman can do better, and here I see that you have a concern because you can't compete with CBC for the mighty dollar. What is wrong with your organization? That's my first question.

Mr. Campbell: I don't know how you got the impression. . .

Mr. Fewchuk: You seem to be scared that you can't get the money. We're all after the almighty dollar here. As a businessman, I'd be in your same shoes. What I sense in the few minutes I've been sitting here is that you seem to be very scared that the CBC has the better programming, that you can't get that dollar away from them. So what is the reason. . .?

Mr. Campbell: Where did you get that idea? You haven't been listening.

Mr. Fewchuk: I could be wrong.

Mr. Sward: I think you are, sir, with respect.

[*Traduction*]

M. Campbell: Cela aurait un effet sur la rentabilité de la station affiliée. Mais, cela dit, il y a quelques stations qui diffusent l'ensemble de la production du réseau anglais, y compris les émissions présentées à 19 heures. Elles ne sont pas vendues par la SRC; c'est ce qu'on appelle du temps disponible. Sur les marchés très restreints les stations profitent généralement de ces émissions parce qu'elles ne peuvent pas vraiment faire autrement, du point de vue économique, à cause de ce qu'il en coûterait pour remplacer ces émissions ou de la demande de publicité pour ce marché.

Plus la station est grosse—si vous voulez une règle d'or—moins il est probable qu'elle voudra prendre l'ensemble de la programmation de la SRC, parce que cela nuirait à sa rentabilité.

Mais, à mon avis, il n'y a pas une seule station affiliée actuellement à la SRC qui pourrait survivre sans la SRC. Elles devraient toutes déclarer faillite.

Le président: Selon cette formule, et en tenant compte du fait qu'il faudrait bien sûr négocier les fins de semaine, est–ce que les stations affiliées survivraient en diffusant uniquement des émissions de la SRC entre 19 heures et 23 heures?

M. Campbell: Souvenez–vous de ce que nous avons dit tout à l'heure. Nous négocions avec la société, et nous sommes payés pour diffuser ses émissions. Donc, nous ne sommes pas ses partenaires. En un sens, nous sommes unis à elle par des liens contractuels; nous sommes payés. Donc, si les stations payaient pour les émissions supplémentaires mises à leur disposition par la SRC, selon la formule que vous nous avez décrite, ce serait alors simplement une question de négociation.

Le président: Il me semble que cette discussion nous sera très utile. Il est intéressant d'obtenir deux points de vue différents.

Une dernière question de M. Fewchuk, qui vient d'arriver.

M. Fewchuk (Selkirk—Red River): En tant qu'homme d'affaires, j'ai quelques inquiétudes au sujet de ce que vous avez dit. Vous prétendez toujours que le secteur privé peut faire mieux, et pourtant j'ai l'impression que vous êtes inquiets parce que vous ne pouvez pas faire concurrence à la SRC pour trouver de l'argent. Qu'est–ce qui ne va pas dans votre organisation? C'est ma première question.

M. Campbell: Je ne sais pas comment vous avez eu l'impression. . .

M. Fewchuk: Vous semblez avoir peur de ne pas pouvoir trouver l'argent. Nous sommes tous à la recherche de fonds; c'est ce qui gouverne tout. En tant qu'homme d'affaires, je serais dans la même posture que vous. Dès que je suis arrivé, il y a quelques minutes, j'ai eu l'impression que vous avez très peur de ne pas pouvoir enlever à la SRC une partie de l'argent qu'elle reçoit, parce qu'elle a de meilleures émissions. Donc, quelle est la raison. . .

M. Campbell: Où avez–vous pris cette idée–là? Vous n'avez pas écouté.

M. Fewchuk: Je peux me tromper.

M. Sward: Excusez–moi, mais je pense que vous vous trompez effectivement, monsieur.

[*Text*]

The Chairman: We also have to be aware of our other guests who are coming. These two folks are in very different situations. That's the first thing that has to be said. I suppose some people would argue that it comes from the nature of the subsidy. Some people would argue that in bidding wars with the private sector that gives the corporation an unfair advantage. Somebody might argue that's a misappropriation of public money.

Mr. Sward: We work very closely with the CBC. We provide them with programs. We do program deals together. Most recently, we lent them $9 million to buy a television operation in the Maritimes. It's not a—

A voice: Of course, we had a good reason.

Mr. Sward: For the public record, the Irving organization tried to set up an independent television network in the Maritimes. They lost $30 million at it in six years. They put it up for sale, conditional that the buyer also take their CBC affiliate off their hands.

The CBC wanted to buy it and own that affiliate in New Brunswick. New Brunswick is the only province that didn't have an owned and operated... Their fiscal funding was such that they couldn't afford to buy it, so we loaned them $9 million to buy it. They're going to pay us back over time.

Mr. Ianno: What did you pay for the $30 million value, minus $9 million—$21 million?

Mr. Sward: You mean for the right to take on a company that's losing $30 million?

Mr. Ianno: Yes.

Mr. Sward: I think we paid in total about $21 million or $22 million.

Mr. Ianno: What was the value of it?

Mr. Sward: The value was negative value, in terms of...

Mr. Ianno: So why would you make a deal of that nature?

Mr. Sward: Because we believe very strongly in the Canadian broadcasting business. We have a privilege...

Mr. Ianno: Basically, did you give the $9 million because you believe in the CBC?

Mr. Sward: No, sir. We think we can make a business out of it.

Mr. O'Farrell: I wouldn't want to leave any confusion about this issue. The Irvings owned a station for years and years called CHSJ. It was a private affiliate of the CBC. In 1986 they applied for a new licence, and in 1988 they were awarded the licence to operate independent television stations in New Brunswick and in Nova Scotia. They lost $30 million doing that. Throughout that period, the CRTC had told them, your licence for CHSJ in 1998 will revert to the CBC. We're telling you now that it's not going to be yours after 1998, and the Irvings then went about marketing MITV and CHSJ in that context.

[*Translation*]

Le président: Nous ne devons pas oublier que nous avons d'autres invités qui arrivent. Ces deux messieurs sont dans des situations très différentes. C'est la première chose qu'il faut dire. Je suppose que certaines personnes pourraient prétendre que cela découle de la nature des subventions et que la société bénéficie donc d'un avantage injuste en tant que concurrente du secteur privé. Et certaines personnes pourraient dire qu'il s'agit d'une mauvaise utilisation des fonds publics.

M. Sward: Nous travaillons en étroite collaboration avec la SRC. Nous lui fournissons des émissions et nous concluons des ententes de programmation. Récemment, par exemple, nous lui avons prêté 9 millions de dollars pour acheter une station de télévision dans les Maritimes. Ce n'est pas...

Une voix: Bien sûr, nous avions une bonne raison.

M. Sward: Je vais vous expliquer ce qui s'est passé, pour le compte rendu. L'organisation d'Irving a essayé de mettre sur pied un réseau de télévision indépendant dans les Maritimes et elle a perdu 30 millions de dollars en six ans. Elle a donc mis le réseau en vente à condition que l'acheteur la débarrasse en même temps de la station affiliée à la SRC qui lui appartenait.

La SRC voulait l'acheter pour devenir propriétaire de cette station affiliée au Nouveau–Brunswick. C'est la seule province dans laquelle elle n'avait pas... Le financement par l'impôt dont elle bénéficiait ne lui permettait pas d'acheter la station, et c'est pourquoi nous lui avons prêté 9 millions de dollars, qu'elle va nous rembourser avec le temps.

M. Ianno: Combien avez–vous payé pour cette station qui valait 30 millions de dollars sans 9 millions égale 21 millions?

M. Sward: Pour le droit de prendre possession d'une entreprise de 30 millions de dollars?

M. Ianno: Oui.

M. Sward: Je pense que nous avons payé en tout environ 21 ou 22 millions de dollars.

M. Ianno: Et quelle était la valeur de l'entreprise?

M. Sward: C'était une valeur négative, en termes de...

M. Ianno: Donc, pourquoi faire une transaction de cette nature?

M. Sward: Parce que nous croyons fermement à la radiodiffusion au Canada. Nous avons le privilège...

M. Ianno: En gros, avez–vous prêté ces 9 millions de dollars parce que vous croyez à la SRC?

M. Sward: Non, monsieur. Nous pensons que c'est une bonne décision du point de vue commercial.

M. O'Farrell: J'aimerais dissiper toute confusion à ce sujet. Les Irving ont été pendant des années propriétaires d'une station qui s'appelait CHSJ. C'était une station privée affiliée à la SRC. En 1986, ils ont demandé un nouveau permis, et ils ont obtenu en 1988 l'autorisation d'exploiter des stations de télévision indépendantes au Nouveau–Brunswick et en Nouvelle–Écosse. Ils ont perdu 30 millions de dollars dans cette affaire. Et pendant toute cette période, le CRTC leur disait que leur licence, pour la station CHSJ, allait retourner à la SRC en 1998. Cette licence ne devait donc plus leur appartenir après 1998, et c'est dans ce contexte que les Irving ont cherché à vendre MITV et CHSJ.

[*Texte*]

The reason we entered into the deal with the CBC was to do two things: to allow them to achieve their goal, which was their own issue, to have an owned–and–operated station in New Brunswick, but also to facilitate the deal—

Mr. Ianno: I would doubt very much that you would be in the business of helping the CBC, so let's get to the real reason why you went into it.

Mr. O'Farrell: That was one of the reasons, Mr. Ianno. With respect, if you were listening, you would have heard me say that the reason we did it was to facilitate the deal. The deal wasn't going to come together without that part in it, so we had to.

• 1015

Mr. Ianno: So basically the real reason that we're going to—

Mr. O'Farrell: The real reason is that we own programming rights on a national level. We are an organization that did not own an outlet in that part of the country. We felt it was appropriate to ensure amortization of our programming costs in that part of the country to have an outlet, which is why we were interested in acquiring the station. It was this attachment to the acquisition that we had to deal with.

Mr. Ianno: Right, and because the overall picture of taking over the Irving business made it worthwhile to your shareholders. You also thought that the cost was not that inhibitive.

The Chairman: You specialize in this kind of activity I gather—rescue work.

I'm afraid I'm going to have to interrupt and ask for one final question from Ms Brown. We've gone over our time and it's all your fault; you've been too interesting.

Ms Brown (Oakville—Milton): That's just about what I was going to say, Mr. Chairman. We really appreciate your coming, and we want you to know that having heard from you and others, we do have an appreciation of the stress and the financial pressure everybody in your business has been living under.

It's good to have Global here because we're all into exports and exporting Canadian expertise and product. You people are doing it well and we're happy about that.

I'm really interested in Mr. Campbell's comments. It seems to me he and his group understand partnerships and cooperation. He even used an example in which out–of–control competition actually didn't do anybody any good in the long run. It seems to me that some of his experience should be pulled into this whole process to help us understand how in this fragmenting marketplace we can help all the players, private and public, to get the best for the Canadian consumer out of the system as it now exists, because everyone is fearful and everyone is short of money.

[*Traduction*]

Si nous avons conclu cette entente avec la SRC, c'est pour deux raisons: pour lui permettre de posséder et d'exploiter une station au Nouveau–Brunswick, ce qui la regarde, mais aussi pour faciliter la transaction. . .

M. Ianno: Je doute fort que vous soyez là pour aider la SRC; dites–nous donc la véritable raison pour laquelle vous vous êtes embarqués dans cette affaire.

M. O'Farrell: C'était une des raisons, monsieur Ianno. Excusez–moi, mais si vous aviez écouté, vous m'auriez entendu dire que, si nous avons agi ainsi, c'était pour faciliter la transaction. Elle n'aurait pas pu se faire autrement; donc, nous n'avions pas le choix.

M. Ianno: Par conséquent, la véritable raison pour laquelle nous allons. . .

M. O'Farrell: La véritable raison, c'est que nous détenons des droits de programmation au niveau national. Notre organisation n'avait pas de débouché dans cette région du pays. Nous avons donc jugé qu'il serait approprié d'avoir un débouché de ce genre, pour assurer l'amortissement de nos coûts de programmation dans cette région, et c'est pourquoi nous souhaitions acquérir cette station. C'est à cause de la condition liée à cette acquisition que nous avons dû prendre les mesures que nous avons prises.

M. Ianno: Oui, et parce que dans l'ensemble, la prise de contrôle de cette entreprise d'Irving rendait la chose intéressante pour vos actionnaires. Vous avez également jugé que le coût n'était pas vraiment prohibitif.

Le président: On dirait bien que vous vous spécialisez dans ce genre de sauvetage.

Je vais malheureusement devoir vous interrompre et demander à M^me^ Brown de poser une toute dernière question. Nous avons pris plus de temps que prévu, mais c'est votre faute; vous avez été trop intéressants.

Mme Brown (Oakville—Milton): C'est à peu près ce que j'allais dire, monsieur le président. Nous avons vraiment apprécié votre présence aujourd'hui, et nous tenons à vous dire qu'après vous avoir entendus, vous et les autres, nous comprenons bien le stress et les pressions financières auxquelles sont soumis tous les membres de votre industrie.

C'est une bonne chose que nous ayons eu quelqu'un de *global* ici parce que nous nous intéressons tous à l'exportation des compétences et des produits canadiens. Vous le faites très bien, et nous en sommes contents.

Par ailleurs, les commentaires de M. Campbell m'ont beaucoup intéressée. Il m'a semblé que lui et son groupe comprennent bien les partenariats et la coopération. Il a même donné l'exemple d'un cas où une concurrence débridée n'a finalement rien donné à personne, à long terme. Il me semble que nous devrions profiter de son expérience pour essayer de mieux comprendre comment nous pouvons, dans ce marché de plus en plus fragmenté, aider tous les acteurs, que ce soit dans le secteur privé ou dans le secteur public, à profiter le plus possible du système en place actuellement pour le bien des consommateurs canadiens, parce que tout le monde a peur et que tout le monde manque d'argent.

[*Text*]

I feel the presentation this morning has been one of the most helpful we've had, Mr. Chairman. I just wanted to say this out loud so these people don't feel they came to Ottawa for no reason. If we could call them on occasion I think that would be helpful.

The Chairman: I agree with you. There is also the notion of a consultative group. What we may wish to do with you is to ask, particularly in administrative services, how you deal with selling advertising or human resources or whatever. These are basically similar functions. They're not to do with programming; they're simply to do with back–up. Can we draw on your expertise?

On that note, I think Ms Brown expressed it extremely well. We thank you all for coming. We apologize to our next visitors for encroaching a little on their time.

I declare a five–minute liquids break.

• 1018

[*Translation*]

Je pense que la discussion de ce matin est une des plus utiles que nous ayons eue, monsieur le président. Je tenais à le dire bien haut pour que nos invités n'aient pas l'impression d'être venus à Ottawa pour rien. Si nous pouvions les appeler à l'occasion, je pense que ce serait utile.

Le président: Je suis d'accord avec vous. Il y a aussi l'idée du groupe consultatif. Nous voudrons peut–être vous demander, particulièrement en ce qui concerne les services administratifs, comment vous vous occupez de vendre de la publicité, d'administrer vos ressources humaines, ou quoi que ce soit du genre. Il s'agit en gros de fonctions assez semblables, qui n'ont rien à voir avec la programmation; ce sont simplement des questions de soutien. Pouvons–nous faire appel à votre expérience?

Sur cette note, je pense que M^me^ Brown a très bien exprimé notre opinion à tous. Nous vous remercions tous d'être venus, et nous nous excusons auprès de nos prochains invités d'avoir pris un peu de leur temps.

Nous allons maintenant faire une pose de cinq minutes.

• 1024

Le président: Monsieur Bélanger, bienvenue.

• 1025

M. Charles Bélanger (président et chef de la direction CFCF Inc.): C'est cela monsieur le président.

Le président: Celle à côté, c'est la personne qui n'est pas là, non.

M. Bélanger: Je suis seul ce matin M. Godfrey.

Le président: D'accord.

Mme Tremblay: [*Inaudible—Editor*]

M. Bélanger: Vous êtes bien gentille madame Tremblay.

Le président: C'est très efficace, on remplace quatre personnes par une.

M. Bélanger: Voilà.

Le président: C'est la réduction du personnel. C'est francophone, c'est plus efficace.

M. Bélanger: C'est un univers qui est un peu plus petit.

Le président: Et voilà.

M. Bélanger: Et voilà, c'est cela.

Le président: Oui, c'est à peu près les pourcentages qu'on a. . .

M. Bélanger: Un 5 p. 100, voilà c'est cela.

Le président: Bienvenue et allez–y.

M. Bélanger: Bonjour, monsieur le président; bonjour, mesdames et messieurs les députés.

The Chairman: I now wish to welcome Mr. Bélanger.

Mr. Charles Bélanger (President and CEO, CFCF Inc.): That's right, Mr. Chairman.

The Chairman: Mrs. Côté, that is the person who is not there.

Mr. Bélanger: I am alone this morning, Mr. Godfrey.

The Chairman: Alright.

Mrs. Tremblay: [*Inaudible—Éditeur*]

Mr. Bélanger: You are very kind, Mrs. Tremblay.

The Chairman: This is very efficient, one person is taking the place of four.

Mr. Bélanger: That's it.

The Chairman: This is downsizing. It's francophone, it's more efficient.

Mr. Bélanger: It is a universe that is somewhat smaller.

The Chairman: That's it.

Mr. Bélanger: That's it. That's right.

The Chairman: Yes, this is nearly the same percentage that we—

Mr. Bélanger: Five percent, that's it.

The Chairman: Welcome and please proceed.

Mr. Bélanger: Good morning, Mr. Chairman; good morning ladies and gentlemen of the Committee.

[*Texte*]

Je tiens à remercier le Comité qui nous offre cette occasion non pas de parler de programmation en soi, mais de parler de vision à propos de la Société.

C'est sans doute parce que nous sommes encore près de 1952, la date de départ de Radio–Canada, que nous en connaissons le rôle moteur joué dans le développement de notre télévision et nous sommes naturellement portés à croire que son mandat, tel qu'il existe présentement ou tel qu'il est pratiqué présentement, est indispensable pour soutenir la vie culturelle du pays.

Je pense que c'est une perception qui est légitime. Mais c'est une perception quant à nous qui est fondée sur l'histoire, sur le passé et une espèce de regard fixé dans le rétroviseur plutôt que de regarder vers l'avenir.

Alors donc, il y a comme une grille historique qui permet de parler de Radio–Canada et de lui laisser un rôle extrêmement central dans le système de radiodiffusion canadien.

Nous prétendons, nous croyons et nous proposons en fait une vision et un chemin qui est un peu différent de cette perception historique, et quant à nous elle est fondée sur la loi de 1991 qui parle d'un système de radiodiffusion. C'est le système de radiodiffusion dans son ensemble qui est la pierre angulaire du système et non plus Radio–Canada comme nervure centrale comme on est porté généralement à le croire.

Je n'invente pas cette lecture, c'est l'article 3, le coeur même de la législation, aux paragraphes (1)b), l) et m) aussi qui, en fait, définit ce qu'est un diffuseur public et ce qu'est un diffuseur privé. Les règles du jeu sont à toutes fins utiles pour tous dans le système, sauf quant au financement des institutions et des risques à courir.

Pour nous, en 1994, pourquoi maintenir la SRC dans une invivable schizophrénie institutionnelle, un mandat parfaitement redondant à ce que le système doit offrir de toute façon? Ce n'est pas une question académique, monsieur le président, c'est une question d'un milliard de dollars de fonds publics, et je vous indique que quelques 400 millions de dollars, c'est probablement plus de 300 millions de revenus publicitaires, soit autour de 20 p. 100 des revenus de publicité au Canada, et ce, au profit d'une seule entreprise de radiodiffusion. Ce n'est pas une mince affaire.

Encore une fois, avec des obligations systémiquement semblables pour nous, ne serait–il pas logique, rationnel et consistant de faire réaliser le mandat où certains aspects du mandat actuel de la Société, par tous les joueurs privés en place, mais sans frais pour l'État?

Ce qu'il faut rompre à tout prix, c'est ce cercle vicieux dans lequel s'est enfermée la Société en interprétant son mandat actuel d'une façon si généraliste qu'il empiète inutilement, indûment et coûteusement dans tous les genres télévisuels; la Société passe à côté d'une bonne partie de sa mission, en autant que nous sommes concernés. C'est à nos leaders politiques qu'il incombe de la lui rappeler cette mission–là et de façon non équivoque, puisque la Société est la créature du Parlement.

En effet, lorsque l'État confie d'importants fonds publics à une société publique, c'est fondamentalement, quant à nous, pour lui faire remplir des rôles ou des tâches que le secteur privé n'est pas en mesure d'accomplir ou n'a pas les moyens pour ce faire. L'État doit alors s'assurer en tout temps, c'est son devoir, à ce que les crédits ainsi confiés ne soient pas utilisés à concurrencer de front le secteur privé. Si, par surcroît, l'État permet à une telle Société d'obtenir, en plus des fonds

[*Traduction*]

I would like to thank the Committee for giving us this opportunity to discuss the vision pertaining to the CBC as opposed to programming as such.

No doubt because we are still near in time to the origins of the CBC, back in 1952, and conscious of the key role it has played in the development of Canadian television, there is a natural tendency to think that its mandate, as it exists today or as it is currently being carried out, is indispensable to sustaining Canada's cultural life.

This is a legitimate view. But it is one based on history, on the past, focusing on the rear–view mirror and not on what is coming down the road.

There is, therefore, a type of historic grid that enables us to talk about the CBC and to assign it an extremely central role in the Canadian Broadcasting system.

We claim and believe to have, and indeed we are proposing a vision and an orientation that is slightly different from this historical perception. One which, in our opinion, is based on the 1991 Act that deals will a broadcasting system. It is the broadcasting system as a whole that forms the cornerstone of the system. The CBC would no longer be viewed, in contrast to the current tendency, as the central nervous system.

I am not inventing this. Section 3, which is the heart of the Act, subsections (1)b), l) and m) define the terms public broadcaster and private broadcaster. The rules or the game are virtually identical for all players in the system with the exception of institutional funding and inherent risks.

So why keep the CBC in a state of inviable institutional schizophrenia by giving it, in 1994, an entirely redundant mandate that the system as a whole has to carry out anyway? This is not an academic question: Mr. Chairman, it represents more than one $1 billion of the taxpayers money and some $400 million, probably more than $300 million in advertising revenue, or about 20% of advertising revenue in Canada, all going to one broadcasting undertaking. This is not a trifling matter.

Once again, since the obligations are systemically alike, would it not be logical, rational and consistent to have what is now the CBC's mandate carried out by all the private players, without it costing the State a cent?

Because at all costs, the vicious circle in which the CBC is caught must be broken. By interpreting its mandate so broadly that it encroaches pointlessly, unreasonably and at great expense on all types of programming, the CBC is missing the real purpose of its mandate, as far as we are concerned. It is the duty of our political leaders to remind it unequivocally of what it should be doing, because the CBC is, after all, a creature of Parliament.

When the State entrusts large sums of public money to a Crown Corporation, it is essentially to have that corporation do something that the private sector is not equipped, or does not have the resources to do. The government must then verify on an on–going basis, this is its duty as the government, that the money thus entrusted is not being used to compete head–on with the private sector. If, what is more, the State allows the Crown Corporation to draw on private sources of funding, as

[*Text*]

publics, du financement privé pour lui permettre de réaliser son mandat, il a doublement le devoir de s'assurer que l'ensemble de ces sommes soient consacrées à l'accomplissement de sa tâche. Autrement, l'État encourage une forme de détournement de fonds publics à des fins de concurrence déloyale, insoutenable pour le secteur privé, et cautionnerait, en ce faisant, une forme d'iniquité systémique, ce qui est absolument loufoque.

[*Translation*]

well as on public money, to carry out its mandate, it has doubly the duty to make sure that all these resources are devoted to that mandate. Otherwise, it is encouraging by its inaction a kind of misappropriation of public money for purposes of unfair competition that cannot be resisted by the private sector, and in so doing sanctions a form of systemic unfairness, which is absolutely ridiculous.

• 1030

Le dénouement du noeud gordien que nous posons devant vous existe. Il s'agit de donner à la SRC, pour le bien de ses artistes et artisans, pour le bien du système, et donc de tous les citoyens, un mandat sans équivoque de télévision de service public à réaliser avec une dotation de fonds publics uniquement.

La SRC pourrait être, comme nos amis de Global l'ont indiqué juste avant nous, un véritable réseau national principalement axé sur l'information, les affaires publiques d'une part, et sur ce que l'on appelle en jargon réglementaire télévisuel «les fameuses catégories sous–représentées», qui sont en fait la programmation pour enfants dont on se plaint souvent qu'elle est insuffisante au Canada, les documentaires de grand calibre qui sont insuffisamment présentés au Canada, la dramatique, en particulier au Canada anglais, puisqu'elle est bien représentée au Canada français.

Mais, l'argent, me direz–vous, pour financer ces grands projets? Eh bien, il est là, il est abondant même. Et c'est là où notre vision est un peu différente de celle d'autres parties. L'État fédéral lui–même n'a qu'à prendre un recul et une vue macroéconomique de son implication dans le secteur culturel. Et vous allez alors rapidement réaliser que c'est probablement—j'indique deux milliards—, c'est probablement, dis–je, plus ou moins deux milliards qu'il consacre annuellement à travers les ministères du Patrimoine, du Secrétariat d'État, des Affaires étrangères et d'autres, j'en passe. . . Et voilà! Telefilm, le Conseil des arts, et aujourd'hui, les grands fonds de productions privées qui s'ajoutent à tout cela.

Ce qu'on dit, monsieur le président, en terminant, le temps des nostalgies, de l'histoire et des atermoiements, c'est fini. Il s'agit de se concerter, de rationaliser nos opérations, d'établir de véritables priorités dans le contexte économique, social et industriel d'aujourd'hui, entre les corps publics financés par le gouvernement fédéral; et la SRC, quant à nous, aurait suffisamment d'argent et pas assez d'une grille de 24 heures par jour pour nous fournir une programmation canadienne complète.

Conclusion: Nous avons des choix difficiles à faire, douloureux même. Mais pourrons–nous, en toute sérénité, nous satisfaire désormais d'un impossible statu quo?

Merci beaucoup.

Le président: Merci bien, monsieur Bélanger. C'est très inspirant comme analyse. Je passe tout de suite à M^me^ Tremblay, pour sept minutes.

Mme Tremblay: Merci. Je vais partager mon temps avec M^me^ Gagnon.

There is a way out of this trap. For the good of the performers and technical personnel who work for the CBC, for the good of the system, for the good all Canadians, give the CBC an unequivocal mandate to provide public service television, using public funding only.

As our friends from Global stated just before we began our presentation, the CBC could be a truly national network, focusing largely on news and public affairs on the one hand, and, on the other, on what in the jargon of broadcasting regulations are called "under–represented categories", such as children's programming, where we often complain that it is inadequate in Canada, high quality documentaries that are not shown in Canada often enough and drama, particularly in English Canada as this particular category is well represented in French–speaking Canada.

And the money to pay for all that, you ask? It's all there already, plenty of it. This is where our visions contrasts somewhat with that of the other parties. The federal government has only to step back a little and take a macroeconomic view of its involvement in the cultural sector. It would quickly see that it is spending, on an annual basis, probably—I indicate two billion dollars—it's probably more or less two billion dollars, on the departments of Canadian Heritage, the Secretary of State, Foreign Affairs and no doubt others. . . And there you have it! Telefilm, the Canadian Council of Arts, and today, the substantial funding for private productions that gets added to all of that.

To conclude, we are saying, Mr. Chairman, that it is time to put a stop to nostalgia and procrastination. All the public bodies that receive federal funding must work together, rationalize their operations, establish real priorities in keeping with the economic, social and industrial situation that prevails today. In our opinion, the CBC would have enough money and not enough room in a 24–hour programming day for all the good Canadian content.

The conclusion is that to achieve this, hard, even painful choices will have to be made. But will we be able from now on placidly to accept an unworkable status quo?

Thank you very much.

The Chairman: Thank you very much, Mr. Bélanger. Your analysis is very inspiring. I will now turn to Mrs. Tremblay, for seven minutes.

Mrs. Tremblay: Thank you. I will share my time with Mrs. Gagnon.

[*Texte*]

Je vais vous poser d'abord deux questions; d'abord, une qui n'exige qu'une courte réponse, sans doute. Dans une note de service qui nous est venue de la Bibliothèque, on mentionne qu'il y a une station de TQS à Rimouski. Est–ce que vous pouvez me donner l'adresse? Je ne l'ai jamais vue.

M. Bélanger: Madame Tremblay, en toute honnêteté, il n'y a pas de station TQS à Rimouski. Il y a un ré–émetteur à Rimouski. C'est le câblodistributeur du coin qui s'occupe de voir à son entretien.

Mme Tremblay: À ce qu'on vous reçoive.

M. Bélanger: Voilà! C'est cela.

Mme Tremblay: À propos de la page 3.

Vous dites que «c'est fondamentalement pour lui faire remplir des rôles et des tâches que le secteur privé n'est pas en mesure d'accomplir ou n'a pas les moyens pour ce faire». Et que Radio–Canada ne doit pas servir «à concurrencer de front le secteur privé.» Bon. Je me rappelle très bien—il n'y a pas si longtemps—, que vous êtes allés au CRTC comme troisième réseau à s'implanter au Québec francophone. Les gens hésitaient, à savoir s'il y avait un marché pour vous permettre de vous installer. Vous avez dit: «Oui, on va s'installer. On ne prendra pas les sports». Vous en avez pris, même dans votre première licence. Vous vous êtes occupés des sports. Vous trouvez cela intéressant, parce que cela permet de faire de l'argent. Vous voulez faire de l'argent. Vous dites que Radio–Canada ne doit pas vous concurrencer. Dans le fond, quand on permet à une deuxième station de... Ce que je trouve difficile, et tantôt je le disais, c'est qu'à Rimouski, on n'en a pas de deuxième station. Il n'y a personne qui concurrence notre station. Alors, cela est pénible. Mais là, il faut qu'il y en ait. On a permis que vous vous installiez pour qu'il y ait de la concurrence. Maintenant, vous ne voulez plus qu'on vous concurrence pour faire de l'argent. Est–ce qu'il y a quelqu'un qui peut nous donner la liste des sous–alimentés ou des sous–représentés ou des déficients..? Bref! Qu'est–ce que Radio–Canada devrait faire et que vous autres vous devriez faire? Donnez la liste d'épicerie.

[*Traduction*]

I'm going to ask you two questions; you can probably respond to the first question very quickly. A memo sent to us from the Library mentioned that there was a TQS station in Rimouski. Could you give me the address? I've never seen it.

Mr. Bélanger: Mrs. Tremblay, in all honesty, there are no TQS station in Rimouski. There's a relay station in Rimouski. The local cable company is responsible for its maintenance.

Mrs. Tremblay: To ensure that we receive you.

Mr. Bélanger: That's right.

Mrs. Tremblay: I will turn to page 3.

You say that it is "essentially to have that corporation do something that the private sector is not equipped, or does not have the resources, to do". And that the CBC should not compete head on with the private sector. I can recall very clearly—and this was not all that long ago, that you went before the CRTC as a third network to set up in francophone Quebec. People were reluctant, they were not sure whether or not there was a market that would enable you to set up shop. You replied: "Yes, we are going to set up shop. We won't do sports". But you did do sports, even during your first licensing. You got into sports. You find that attractive, because it helps you make money. You want to make money. You say that the CBC should not compete with you. When you get right down to it, when you allow a second station to... What I find it so difficult, and earlier I eluded to the fact that there is no second station in Rimouski... There is nobody who competes with our station. Consequently, we have a rather sad state of affairs. But there has to be some competition. You were given a license so that there would be competition. Now, you don't want any competition so that you can make some money. Can someone give us a list of those sectors that are underfed or under–represented or deficient...? To put it briefly, what should the CBC be doing and what should you people be doing? Give us a shopping list.

• 1035

M. Bélanger: La liste d'épicerie est simple à faire. Ce qu'on dit c'est que l'État, nous collectivement, payeurs de taxes, nous donnons un milliard de dollars à une Société pour faire ce que le secteur privé, quant à nous, n'est pas capable de faire. Des nouvelles, on est capable d'en faire. On dit que la Société qui s'est établie avec une réputation nationale devrait continuer d'en faire. Nous, on en fait dans le local. Il n'y a pas de cachettes. C'est la réputation de Quatre–Saisons à Montréal, à Québec et parmi ses affiliés, à savoir, faire de l'information locale. Quant à Radio–Canada, il reste l'information nationale et régionale.

Là où effectivement il y a des trous dans le système de diffusion, dans la programmation et là où toutes les énergies ont été mises depuis plusieurs années, cela a été de donner un mandat à la Société de s'en occuper. On a créé Téléfilm à qui on a confié des fonds publiques importants desquels dérivent presque 50 p. 100 des fonds vers Radio–Canada afin d'assurer qu'il y ait véritablement de la programmation de qualité. Dans quel créneau, dans les secteurs qu'on déclare sous–représentés?

Mr. Bélanger: The grocery list is simple to do. We are saying that the State, we collectively, we the taxpayers, give a billion dollars to a company to do what the private sector cannot, in our opinion, do. We're quite capable of doing the news. It has been said that the sector that established itself with a national reputation should continue to do so. We are establishing our reputation in the local news. Nothing is hidden here. Quatre–Saisons has carved out a reputation for doing local news in Montreal, in Quebec City and amongst its affiliates. The CBC, on the other hand, can do the national and regional news.

Where there are deficiencies in the broadcasting system, in the programming and where, in fact, we have spent all our energy over the past few years, has been to give a mandate to the CBC. We created Téléfilm and we give this organization a tremendous amount of public money, of which nearly 50% is earmarked for the CBC in order to ensure that they have truly top quality programming. In what niche market, in the sectors that are under–represented? Children's programming? Young

[*Text*]

Programmation pour enfant? C'est bien important la jeunesse. On dit que c'est avec ça qu'on forme l'avenir du pays.

Mme Tremblay: Mais si c'est si important, pourquoi ne le prenez–vous pas?

M. Bélanger: Mais madame, le problème, c'est qu'il y a des coûts qui sont rattachés à ça. Le problème, c'est que les coûts sont importants. C'est pour ça qu'on dit: Quand on confie des dollars à une institution parce que les coûts sont trop importants... Et au Québec, vous le savez comme moi, on ne peut pas amortir les coûts, il n'y a pas de commerciaux. À partir de là, si vous n'êtes pas capable d'amortir vos coûts et de faire un peu de profit pour faire d'autres programmations, vous avez un problème.

La programmation pour enfants pour les diffuseurs privés au Québec, c'est un problème, ne nous le cachons pas. C'est pourquoi on va se dire à ce moment–là: Dans ce secteur, la Société a un rôle important à jouer.

La question des institutions nationales et des institutions régionales et de la présence canadienne à l'antenne, ça se fait généralement par les grands dossiers et les grands documentaires. Ce ne sont pas des choses qui se font aisément et ça prend une infrastructure quand même importante. La Société l'a. On s'est doté de cette infrastructure justement pour faire en partie ce genre de choses. Qu'elle le fasse! C'est ce pourquoi elle a un milliard de dollars, et non pas pour faire des quiz commerciaux, non pas de renchérir sur des *packages* de films américains, non pas de renchérir sur les coûts d'émissions de variété qui font qu'un moment donné—et je peux en parler longuement... On en a développé beaucoup de bons petits *shows* qui sont rendus aujourd'hui à la Société.

La Société ne développe plus de grandes choses, incidemment, depuis un bon bout de temps. On demande à ce que la Société reprenne ses activités un peu plus créatives comme elle l'a fait au début mais dans des secteurs où on lui donne les moyens de le faire. Des choses qu'on a pas, nous.

Les autres secteurs, on les couvre. Le sport, franchement, je ne sais pas ce que ça fait aujourd'hui à Radio–Canada. Ils l'ont inventé la formule, la façon de le programmer et tout ça. C'était peut–être vrai il y a 20 ans. C'était peut–être vrai il y a 30 ans. C'était peut–être vrai, il y a encore 10 ans mais les choses ont changé depuis ce temps–là. L'État lui–même, le réglementeur, bref!, tout le monde a créé une dynamique pour dire... Au début des années quatre–vingt ou vers la fin des années soixante–dix, Radio–Canada et CBC avaient demandé au gouvernement de faire un CBC II et de faire un Radio–Canada II. Le gouvernement avait un choix fondamental dans ces années–là: Il n'y aura pas de CBC II et de Radio–Canada II. On a dit à ce moment–là, c'est le secteur privé qui va le développer. D'où les audiences qui ont été tenues dans ces années–là par le CRTC qui avait créé les premiers services spécialisés à la fois payants et les premiers spécialisés conventionels que l'on connaît. Donc, l'accent est passé sur le secteur privé à ce moment–là. On n'a rien changé à la présence de Radio–Canada. On n'a rien changé au mandat qu'elle exerçait de cette façon–là. Nous autres, on a cru, bien

[*Translation*]

people are very important. We say that this is how we shape the future of the country.

Mrs. Tremblay: If this is so important, why don't you get involved?

Mr. Bélanger: Mrs. Tremblay, the problem is that there is a cost associated with all of that. The problem is that this costs a great deal of money. This is why we say: When you give money to an institution because the costs are too great... And in Quebec, you know this as well as I do, we cannot write off the costs, there are no commercials. Consequently, if you cannot write off your costs and make a bit of profit in order to do other types of programming, you wind up with a problem.

There is no doubt about it, children's programming is a problem as far as private broadcasters in Quebec are concerned. This is why we think that the CBC has a very important role to play in this sector.

Big documentaries and current event programs are what normally take care of national and regional institutions and Canadian content on TV. These things cannot be done easily and a sizeable infrastructure is a prerequisite. The CBC has this. We have given the CBC this infrastructure so that it can do this type of thing. It should do this! This is why the CBC has a billion dollars, not so that it can do quiz shows, not so that it can add to American packages, or add to the cost variety shows so that at one point—and I can go on to great length about this... We developed many good little shows which are now with the CBC.

The CBC no longer produces anything of substance, and this has going on for quite some time. We want the CBC once again to do the more creative things that it did at the beginning, but in sectors where it is given the means that allow it to do this. Things that we don't have.

We cover the other sectors. In all honesty, I don't understand why the CBC is doing sports today. They invented the formula, the way that the programming was to be done and all of that. This was perhaps true 20 years ago. This was perhaps true 30 years ago. Perhaps this was even true 10 years ago but things have changed since then. The State itself, the regulator, everyone has created the dynamics to say... In the early 80s or towards the end of the 70s, Radio–Canada and the CBC asked the government to create a CBC II and a Radio–Canada II. The government had a fundamental choice to make during these years: There would not be any CBC II or Radio–Canada II. At that point in time, we said that the private sector would develop this area. This is what led to the CRTC hearings that were held during these years, resulting in the first specialty services, namely pay–TV and the conventional specialized services with which we are familiar. Hence the private sector was given this role at that time. No changes were made to the CBC. Its mandate was not changed at all. Back in 1980, we legitimately believed, when this new legislation was being negotiated, that the CBC's mandate would be reviewed to

[*Texte*]

légitimement en 1980 lorsqu'on négociait la nouvelle loi que le mandat de Radio–Canada serait revu en tenant compte des nouvelles réalités: des compagnies qui venaient se joindre au système. Malheureusement, on a dû constater que la Loi de 1991 avait en quelque sorte créé un double système. Un système général avec un espèce d'empire dans le système qui est resté Radio–Canada.

• 1040

Et quant à nous, cela crée de la distortion. C'est cela qu'on demande au fond au Comité: considérer avec nous l'occasion de regarder l'article 3, d'avoir une vision nouvelle, une autre façon de donner à Radio–Canada, avec son milliard de piastres, des engagements et des mandats clairs pour ne pas dédoubler tout le système; cela va effectivement dégager des sous dont on a terriblement besoin dans le secteur privé, pour pourvoir poursuivre.

Le président: Une petite question, madame Gagnon.

Mme Gagnon (Québec): Oui, j'ai une petite question.

Monsieur Bélanger, pouvez–vous considérer le marché télévisuel francophone comme un marché d'auditeurs captifs à l'abri de l'influence américaine, derrière la barrière linguistique?

M. Bélanger: J'ai l'impression que cela devient de moins en moins vrai au fil des années qui passent. J'étais en audience pour le renouvellement de licence pour le CFCF 12 à Montréal la semaine dernière, et une des analyses qu'on faisait à long terme, 10, 15 ans devant nous, nous laissait croire en tout cas que la grande région métropolitaine de Montréal, pour des raisons économiques, pour des raisons de marché, pour des raisons de culture, de communication et tout ça, le grand marché métropolitain de Montréal, dis–je, allait non pas s'angliciser mais certainement parler davantage anglais.

Et dans ce sens–là, on n'est plus à l'abri, dans le monde francophone de l'année 2000, de la présence anglophone, de la présence américaine. Donc, si la langue était une barrière, une protection et une espèce de chasse gardée dans laquelle on pouvait oeuvrer impunément ou en tout cas certainement beaucoup plus facilement qu'aujourd'hui, c'est une chose qui va disparaître. Donc, avec la concurrence des produits anglo–saxons et peut–être d'autres produits venant de la planète, puisqu'on parle d'autoroute électronique aujourd'hui, l'univers d'information a éclaté et la portion francophone va être beaucoup plus attaquée dans l'avenir qu'elle ne l'est présentement; mais ça ne veut pas dire que la langue meurt parce qu'il y a de nouveaux types de services qui rentrent dans les marchés, on le voit dans tout autre secteur culturel. Dans le domaine du livre, on est encore présents, dans le domaine du magazine, on est encore présents, dans le domaine de la musique, on est encore présents. C'est évident qu'on n'occupe pas 100 p. 100 de l'espace, ni même 50 p. 100 de l'espace, mais on a le marché qu'on a et si on peut occuper correctement avec des produits pertinents l'espace qui nous revient, je pense qu'on fait un bon job.

Dans ce sens–là, donc, les stations francophones conventionnelles, les services spécialisés francophones, les services de télévision payante francophones et les nouveaux contenus francophones qui vont se développer dans le cadre de l'autoroute électronique vont permettre de garder une bonne part de l'écoute française autour des produits francophones. Mais il est évident qu'en cours de route, l'univers va se fragmenter encore davantage et cela va être encore plus difficile

[*Traduction*]

reflect the new realities: companies that had just joined the system. Unfortunately, we came to realize that the 1991 Act had created, to some extent, a two–tiered system. A general system with a type of empire and the system that remained as the CBC.

We believe that it creates a distortion. And so, basically, we are asking the committee to consider with us section 3, to draw out of it a new vision, a new way of giving CBC, with its billion dollar budget, a clear commitment, a clear mandate so as to avoid duplication. That should free resources that the private sector desperately needs if it wants to continue.

The Chairman: A quick question, Mrs. Gagnon.

Mrs. Gagnon (Québec): Yes, I do have a brief question.

Mr. Bélanger, do you see the French television market as a captive audience protected from the influence of the United States by the difference in language?

Mr. Bélanger: I believe that as time goes by that is less and less true. Last week, I attended the hearings for the renewal of the broadcast license of channel CFCF 12 in Montreal and one of the long–term analysis that we've done looking 10 or 15 years ahead of us, has convinced us that Greater Montreal, for reasons tied to economics, to market conditions and to culture and communication, is not going to turn into an anglophone community but certainly into a place where English will be more widely spoken.

In that sense, then, the francophone community of the year 2000 will be less shielded than it has been, from English, from the American influence. If language was a protected barrier, a sort of reserve where we could work without having to worry, or, in any case, things were much easier than they are today, that will soon be a thing of the past. With increasing competition from English–language programming and perhaps other programming coming from around the world, since an electronic highway is in the works, the information galaxy has exploded and the French–language sector will be under increasing attack. That does not mean the French–language is dying, simply because new types of services are coming on–line as we can see in various other realms of culture. We are still alive and well in book publishing, in magazine publishing and in the field of music. We do not obviously hold 100% share of the market, not even 50%, but we do have a piece of the market and if we are capable of correctly filling the space we have with suitable programming, I believe we'll be able to do a good job.

In that sense, then, the traditionnal French–language station, the specialized French–language services, the pay–tv channels in French and the French–language content that are being developed for the electronic highway should enable us to keep a good part of the French audience tuned in to French–language programming. It is, however, obvious that as time goes on, the communications galaxy is going to become even more fragmented than it is today and that it will be increasingly

[*Text*]

et plus exigeant pour nous nicher correctement afin de répondre aux besoins de la population de l'an 2000 et au–delà.

Le président: Étant donné qu'il y a des gens qui arrivent ici pour la prochaine réunion à 11 heures, nous sommes obligés de nous presser un peu.

Madame Brown, je ne sais pas si vous allez partager votre temps avec monsieur Hanrahan. Allez–y.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Thank you, Mr. Chairman.

Good morning.

Il me fait plaisir de vous voir ici.

I'm going to move a little bit away from the whole question of funding. I'm sure Monsieur Pineau at the back will be very happy and relieved to know I'm not going to be on my continual harangue about funding.

I'd like to look at another point we've been discussing here over the last couple of days, and that's mandate. Yesterday we had a very interesting discussion that looked at a possible reassessment of the services offered by the CBC. It's my understanding, given the discussion we had at the break, that the mandate of the CBC is somewhat enshrined because it is, as you have noted here, an official mandate from the government—from the Parliament of the country.

Having said all of that, I just would like you to explain your question—because I see it as a bit of a challenge—on the second page. You say "So why keep the CBC in a state of unviable institutional schizophrenia by giving it, in 1994,"—which is right now, in this process of what we're doing—"an entirely redundant mandate that the 'system' as a whole has to carry out?"

• 1045

I'm concerned that if the mandate is redundant, if the industry sees it as redundant, then how are we going to come to grips with a mandate that we have to work with in light of the services that the CBC has a responsibility to provide? It seems to me then that we are at an incredible crossroads here, a very difficult one to move beyond. So I'd like to have some input from you on that.

Mr. Bélanger: Thank you for your question. I think it's a broad one, but it's a key one and an essential one.

I guess our message and our understanding of where we're at in the system today and where the system is heading for in the future is an issue that can only be dealt with by the parliamentarians. It's the political leaders who have created this mandate and a bit of this mess.

The mandate per se is not a bad one. It's a broad one, and maybe this is where the problem stems from. Being broad means that the CBC has to be somewhat heavily commercial to be successful, or so they think.

We do think they don't need to go into the commercial aspect of the business, which should be more reserved for the private sector—trying to get the CBC out of sports mostly, at least professional sports, and out of programming that is basically commercial in nature and that shouldn't be on a public broadcasting network while it could be made available somewhere else.

[*Translation*]

difficult for us to find a proper niche if we wish to respond to the needs of the population of the year 2000 and beyond.

The Chairman: People have already started to arrive for the 11 o'clock meeting and we will have to speed things up a little bit.

Mrs. Brown, I don't know if you wish to share your time with Mr. Hanrahan. Go ahead please.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Merci, monsieur le président.

Bonjour messieurs.

I'm am very pleased to welcome you here.

J'aimerais m'écarter un peu de la question du financement. Je sais que M. Pineau assis à l'arrière de la salle sera très heureux, et même soulagé, de savoir que je ne vais pas reprendre mes arguments bien connus sur les problèmes de financement.

Je tiens à examiner un autre point dont nous avons débattu ici au cours des derniers jours, c'est la question du mandat. Hier, nous avons eu une discussion passionnante portant sur une remise en question éventuelle des services offerts par Radio Canada. La discussion que nous avons eue lors de la pause me porte à croire que le mandat de Radio Canada est, en quelque sorte, gravé dans le marbre car, comme vous l'avez rappelé, il s'agit d'un mandat officiel dont Radio Canada a été chargée par le Parlement.

J'aimerais maintenant que vous expliquiez la question que vous posez à la deuxième page car elle semble proposer un défi. Vous dites «Pourquoi alors maintenir la SRC dans une invivable schizophrénie institutionnelle en lui confiant, en 1994,»—c'est–à–dire maintenant, à l'heure où nous en discutons—«un mandat parfaitement redondant à ce que le «système» doit offrir de toute façon?»

Ce qui m'inquiète c'est si ce mandat est effectivement super redondant, si c'est comme ça que l'industrie le considère, comment allons–nous parvenir à le mettre en oeuvre dans une telle situation étant donné les services que la SRC est tenue d'assurer? Pour moi, nous nous trouvons aujourd'hui à la croisée des chemins et la transition ne va pas être facile. J'aimerais donc recueillir votre sentiment sur cela.

M. Bélanger: Je vous remercie de votre question. Elle englobe un vaste domaine mais elle me paraît essentielle.

Je pense que c'est aux parlementaires qu'il appartient de choisir pour notre système une nouvelle voie. Ce sont nos dirigeants politiques qui ont institué ce mandat et qui sont, en fait, responsables de la situation dans laquelle nous nous trouvons.

Ce n'est pas dire que le mandat soit mauvais en soi. Il s'agit d'un mandat très large et c'est peut–être là la source du problème. Pour atteindre un auditoire très large, la SRC doit diffuser des oeuvres commerciales, c'est du moins ce qu'elle pense.

Nous estimons, pour notre part, que la SRC n'a pas à s'immiscer dans le domaine de la programmation commerciale, de même qu'il devrait être davantage réservé au secteur privé. Ainsi, SRC devrait se retirer les émissions sportives, du moins du sport professionnel, ainsi que de l'ensemble des émissions à caractère commercial. Ce genre de programmes n'ont pas à être diffusés sur une chaîne publique puisqu'on peut les retrouver sur toutes les autres chaînes.

[*Texte*]

The mandate should be more focused. This is why we, as taxpayers, and all of us directing our public broadcaster, should be focusing the CBC's mandate in the future.

What I was trying to get at a few moments ago is that Parliament, the government, has moved over the last ten years from the one backbone institution, which was the CBC way back then, and now the floodgate is opening. We're moving from a happy few to a universal abundance, and a universal abundance where the private sector would be obviously much more present.

We're not giving more to the CBC here. We're trying to get the $1 billion given by us to the CBC focused on some aspects that we as private broadcasters can't really put our efforts behind, because these are costly ventures that we just can't amortize. This is why we have a public broadcaster nowadays.

In the early days it was because there was only one shop, and we thought it was the best way to construct the system. The CBC did, and still does, a hell of a good job in that, but it's no longer in the centre. It's one element amongst many others, and this has to be recognized. This is why if they want to play a key role, an important role—and I think there is room for that—it has to be focused on some of what constitutes key cultural issues as far as this country is concerned.

Mr. Hanrahan: I have three quick questions.

It's a very refreshing document, Mr. Bélanger. I quite enjoyed it. The impression I get in listening to you and in reading through the document is that you appear to be suggesting that the CBC become more like PBS in the United States, that it is focused on a narrow area. Would that be a correct interpretation?

Mr. Bélanger: I think what I'm trying to picture is a little bit broader than that. I think the CBC has developed a complete network not only in this country but abroad. In the area of news, there is a distinctiveness the CBC brings to the table that must continue, and we don't have any problem with that. We think, as well, that the CBC's important infrastructure has to be present in the affairs of this nation. It should reflect the nation much more so on the screen. This is not a PBS mandate, incidentally.

• 1050

On top of that, we say that there are underrepresented categories: drama, children and documentaries. Consider what this country focuses on through Telefilm and other institutions. Take the CRTC regulations for that matter. All of that, with the $1 billion, should be looked at by the CBC. This is what we're driving at.

Mr. Hanrahan: You state here: "And the money to pay for all that, you ask? It's all there already, plenty of it." You suggest then that there's room for cuts in funding to the CBC.

[*Traduction*]

Ainsi, le mandat de la SRC devrait être ciblé de façon plus précise. C'est pourquoi nous, les contribuables, ainsi tous ceux qui s'intéressent à notre chaîne publique, devraient tenter de préciser le mandat qui sera à l'avenir celui de la SRC.

Il y a quelques instants, j'essayais d'expliquer que le Parlement, le gouvernement, a changé d'orientation au cours des 10 dernières années et la SRC qui, dans le passé, avait épousé une ligne pure et dure s'ouvre maintenant de plus en plus et les nouveaux types de programme déferlent. C'est ainsi que nous somme passés d'une chaîne qui s'adressait à un groupe restreint d'inconditionnels à une chaîne visant une audience beaucoup plus large, c'est–à–dire un créneau où le secteur privé est beaucoup plus présent.

Il ne s'agit pas ici de renforcer les moyens de la SRC. Nous voudrions que le milliard de dollars que nous donnons à la SRC soit davantage affecté à certaines activités que nous ne pouvons guère assurer, nous en tant que radiodiffuseurs privés, car il s'agit de productions coûteuses qui ne sont pas commercialement rentables. C'est bien la raison d'être d'une chaîne publique.

Au départ, c'était simplement parce qu'il n'y avait qu'une seule chaîne et que cela représentait le meilleur moyen d'édifier le système. La SRC a fait, et continue de faire, un excellent travail, mais elle ne se situe plus au centre du paysage télévisuel. Elle n'est, dorénavant, qu'un élément parmi d'autres et cela il faut le reconnaître. C'est pourquoi j'estime que si la SRC veut jouer un rôle essentiel, un rôle important—et je pense que la situation le permet—il faudra qu'elle se concentre sur certains domaines culturels essentiels pour le pays.

M. Hanrahan: Permettez–moi trois questions rapides.

Monsieur Bélanger, le document que vous nous avez transmis est tout à fait rafraîchissant. En vous écoutant, et en parcourant ce document, j'ai l'impression que, d'après vous, la SRC devrait s'apparenter davantage au PBS américain et se concentrer sur un domaine beaucoup plus restreint. Est–ce bien cela?

M. Bélanger: Je pense que mon propos est un peu plus large que cela. La SRC a créé un réseau, non seulement au Canada, mais également à l'étranger. Dans le domaine de l'actualité, notamment, la SRC a quelque chose de tout à fait particulier qu'il convient de conserver et, sur ce point–là, nous sommes tout à fait d'accord. Nous estimons également que toute l'infrastructure de la SRC doit occuper une place importante dans les affaires du pays. Il faudrait que la SRC reflète davantage, sur ses écrans, la réalité nationale. Je note que ce n'est pas le rôle confié au PBS.

Mais, en plus, nous estimons qu'il existe des catégories qui sont sous–représentées et notamment, le théâtre, les programmes pour enfants et les documentaires. Songez aux sujets confiés à des organismes tels que Téléfilm. Songez aussi aux règlements du CRTC. La SRC devrait examiner tout cela à la lumière des importantes aides publiques qui lui sont consenties. C'est cela que nous voudrions.

M. Hanrahan: Alors vous dites: «Et l'argent pour financer tout cela, demanderez–vous? Eh bien! Il est là, abondant même.» Vous estimez donc que l'on pourrait réduire le budget de la SRC.

[*Text*]

Mr. Bélanger: I'm not saying that we should be cutting back on the CBC. Our view is that the federal government should take a long, hard look at all its investments in the cultural sector. This represents more than the $1 billion given to the CBC. That's most probably estimated to be around $2 billion.

We're all strapped by tough economic circumstances and we don't expect the golden era to come back over the next little while at least. It's unfortunate, but it's likely to be so. The economy is restructuring. We had to restructure to re–engineer our own companies.

We'd like to see the CBC doing just the same. The federal government should take the same approach as ours in the private sector over the cultural sector. It should make sure that it puts priorities on what is absolutely key and essential to ensure the sovereignty of this nation on the airwaves. This should be done through a careful analysis and consultation between all the cultural agencies. It's absolutely essential to us that this should be done.

Mr. Gallaway: Thank you for coming. This has been a good morning for us. I was especially taken with your comments regarding the usage of CBC money and other cultural moneys. I was recently at the National Gallery where I noticed that the Egyptomania exhibition is at least in part sponsored by the CBC. This seemed to be a strange application of its funds.

My question has nothing to do with that. It has to do with one little point that you mentioned. I'm quite taken with your suggestions, but at the same time I'm wondering about something. If CBC starts to redefine or examine itself, what is the role of Mr. Spicer and the CRTC in all of this. I'm certainly not an expert on the CRTC, but from press reports it would certainly appear to me that at least part of the agenda at the CBC is being driven by another government quasi–judicial body called the CRTC.

Mr. Bélanger: I think I have a differing view on this one. I think the CRTC does not have much to do with the CBC. It may question and ask for some details. It may go through the process, but at the end of the day the mandate is given by the government. If the CBC is not pleased with the outcome of its CRTC encounter, then it can very well go to the government and say that this doesn't make any sense.

In other words, the CBC is something else within the system. We are saying that this something else should come to an end. The CBC should be treated like anybody else when it broadcasts. When it has public money, its mandate and management should be focused on the specifics of why the moneys have been given to them. It should be on those issues. When they do general broadcasting, they should be treated just like anybody else.

[*Translation*]

M. Bélanger: Je ne dis pas que l'on devrait amputer les moyens confiés à la SRC. Nous estimons simplement que le gouvernement fédéral devrait jeter un regard très réaliste sur l'ensemble des ressources qu'il affecte à la culture. Cela dépasse le milliard de dollars donné à la SRC. Il s'agirait plutôt d'une somme s'élevant à environ deux milliards de dollars.

Personne n'échappe aux contraintes budgétaires et nous ne pensons pas renouer dans l'immédiat avec notre prospérité antérieure. Cela est regrettable, mais réaliste. L'économie poursuit sa restructuration et nous avons nous–mêmes dû restructurer nos entreprises.

Nous aimerions que la SRC en fasse de même. Le gouvernement fédéral devrait adopter, vis–à–vis la culture, la démarche que nous avons suivie dans le secteur privé. Il conviendrait de mieux cerner les priorités et de se concentrer sur l'essentiel afin de sauvegarder, en matière de radiodiffusion, notre souveraineté nationale. Cela devrait procéder d'une analyse attentive de la situation actuelle et d'un dialogue entre tous les organismes voués à la culture. Nous estimons qu'il s'agit là d'une tâche nécessaire.

M. Gallaway: Je vous remercie de votre intervention devant le comité. J'estime que la matinée a été très fructueuse. Je me suis particulièrement intéressé à ce que vous avez dit concernant la manière dont sont utilisés les crédits affectés à la SRC ainsi qu'à d'autres domaines culturels. Je me suis récemment rendu au Musée national des beaux–arts et je me suis aperçu que l'exposition Égyptomanie était, du moins en partie, parrainée par la SRC. À mes yeux, cela constitue une utilisation surprenante du budget qui lui est affecté.

Mais ma question n'a rien à voir avec tout cela. Il s'agit, plutôt, d'un point que vous avez évoqué. Vos idées m'ont beaucoup intéressé mais, en même temps, je m'interroge. Si la SRC entreprend de se redéfinir ou de procéder à un examen approfondi de ses activités, quel sera le rôle joué par M. Spicer et le CRTC. Je ne suis guère expert en ce qui concerne l'activité du CRTC, mais la lecture de la presse me porte à penser qu'au moins une partie des activités de la SRC sont déterminées par un autre organisme quasi–judiciaire du gouvernement, notamment le CRTC.

M. Bélanger: Je ne suis pas tout à fait de cet avis sur ce point. J'estime, pour ma part, que le CRTC n'a pas grand–chose à voir avec la SRC. Il peut, certes, mettre en cause certains aspects des activités de la SRC et demander certaines précisions. Il y a donc toute une procédure qui est suivie mais, en fin de compte, ce qui est important, c'est le mandat fixé par le gouvernement. Si la SRC n'est pas satisfaite de la manière dont se sont déroulés ses pourparlers avec le CRTC, elle peut s'en ouvrir au gouvernement et relever les inconséquences de la réglementation.

Autrement dit, la SRC occupe, au sein de notre système, une place bien à elle. C'est, d'après nous, cet espace privilégié qui devrait être supprimé. Dans ses activités de radiodiffusion, la SRC devrait être logée à la même enseigne que les autres radiodiffuseurs. Les crédits publics qui lui sont affectés, le mandat qui lui est confié, la gestion même de ses activités, tout cela devrait être concentré dans les domaines précis qui constituent sa raison d'être. C'est de cela qu'il s'agit. Dans le cadre de ses activités normales de radiodiffusion, la SRC doit être traitée comme n'importe quelle autre entreprise de radiodiffusion.

[*Texte*]

[*Traduction*]

• 1055

Mr. Gallaway: I'll ask you the same question that was posed to the people from Global this morning. CBC has appeared before this committee and told us, although not in precise numbers, that sports makes money for them. CTV has publicly expressed that that's an impossibility. Who do you believe?

M. Gallaway: J'aimerais vous poser la question qu'on a posée ce matin aux gens du réseau global. Les représentants de la SRC ont comparu devant le comité et nous ont dit, sans nous citer de chiffres précis, que les émissions sportives leur rapportent de l'argent. Or, le réseau CTV a publiquement déclaré que cela est impossible. Qui croyez–vous?

Mr. Bélanger: I would have basically the same answer as my friend, Jim Sward. We have negotiated some rights and it's a tough business at best.

In our own case, to be honest with this committee, we negotiated rights to get the Canadiens and the Nordiques on our networks during the weekdays, and this is a hefty proposal. The revenues we anticipated, at least for the first year, are not such that we break even. Before breaking even, it could take a little while as far as we're concerned.

So when the CBC pretends they make a lot of money with it, I have a question in my mind. Maybe they calculate things different from the way we do. But this is an issue that's really one of interest. It's difficult to read CBC's finances and get to the specifics and understand the kind of business it is in at times.

This is why it is difficult for private individuals like us, having no way to question where things are going. At times we may seem vague and incapable of being very focused. The suggestion that Mr. Sward of Global was talking about is something that we talked about in the industry, and maybe that's one route that could be explored so that we could come to an understanding of where things do make sense.

But at the end of the day, the changing environment, the fact that there are many more new players should invite us to take another look at the CBC's role in the system. It's not the central role that it still does claim to play. Thank God that others may have some other things to say.

The Chairman: On that note, I want to end the proceedings so we can let the next committee come in.

I want to thank you very much for leaving us with what I think is a very important concept, which is that the television system is a system that is made up of lots of players, not simply the CBC. Providing somebody is doing the mandate, the CBC need not still feel obligated to do everything. I think that notion of focusing is absolutely essential. I think you've hit it on the head and I thank you for it. *Merci bien d'être venus.*

I should also tell my colleagues that next Tuesday we will be meeting in 253–D, not this room. We're on television, I think.

Mrs. Tremblay: Who's coming?

The Chairman: The Canadian Conference of the Arts, CTV and TVA.

Mme Tremblay: Monsieur le président!

M. Bélanger: Je suis plutôt de l'avis de mon ami, Jim Sward. Nous avons négocié l'obtention d'un certain nombre de droits en matière de retransmissions et je dois dire que c'est un secteur extrêmement difficile.

Je vous dirais franchement que nous avons obtenu le droit de retransmettre, pendant la semaine, les parties du Canadien et des Nordiques et que cela nous a coûté fort cher. Les recettes que nous en attendons, du moins au cours de la première année, ne nous permettent même pas de compenser nos coûts. Il nous faudra un certain temps avant d'atteindre le point d'équilibre.

Donc, lorsque la SRC prétend que les sports lui rapportent beaucoup d'argent, je m'interroge. Peut–être ont–ils une manière de calculer différente de la nôtre. Il est clair que cette question nous intéresse beaucoup. Il est difficile de connaître exactement la situation financière de la SRC et de comprendre la nature de son entreprise.

C'est pourquoi les gens du secteur privé, comme nous, éprouvent autant de difficultés, car nous n'avons pas les moyens de savoir où en sont les choses. Parfois, nous pouvons donner l'impression d'agir dans le vague sans parvenir à nous concentrer sur tel ou tel point. La proposition de M. Sward, de Global, c'est quelque chose dont nous avons débattu au sein de notre secteur, et c'est peut–être quelque chose que nous pourrions explorer afin de voir si nous ne pourrions pas nous entendre sur la manière de procéder.

Mais, en fin de compte, la modification du paysage audiovisuel, l'arrivée d'un bien plus grand nombre d'intervenants, devrait nous inciter à réexaminer le rôle joué par la SRC. Il ne s'agit pas du rôle essentiel qu'elle prétend encore assurer. Dieu merci, d'autres auront peut–être des choses à dire sur ce point.

Le président: Sur ce, je vais lever la séance afin de permettre au comité suivant de s'installer.

Je tiens à vous remercier de nous avoir exposé cette notion importante, selon laquelle le système de télédiffusion regroupe de nombreux intervenants. Il est loin de se limiter à la SRC. Dans la mesure où les diverses missions sont remplies, la SRC ne devrait pas se sentir tenue d'agir sur tous les fronts. Il faut, je crois, retenir la notion de concentration. J'estime que sur ce point vous avez parfaitement raison et je vous en remercie. *Thank you very much for coming here today.*

Je précise à l'intention de mes collègues que, mardi prochain, nous nous réunirons dans la salle 253–D, et non pas ici. Je crois que nos délibérations seront retransmises à la télévision.

Mme Tremblay: Qui doit comparaître mardi?

Le président: La Conférence canadienne des arts, ainsi que les réseaux CTV et TVA.

Mrs. Tremblay: Mr. Chairman!

[*Text*]

Le président: Oui?

Mme Tremblay: J'ai été informée qu'il restait 5 orateurs pour le projet de loi C–53.

Le président: Oui.

Mme Tremblay: Ils devraient être appelés mercredi prochain. Il y aura un vote sur ma motion. Aura–t–il lieu mercredi ou pas? Je ne le sais pas. Si le vote a lieu mercredi, cela veut dire qu'après notre retour de vacances, quand le gouvernement appellera C–53, il y aura les orateurs pour parler sur le projet de loi. Après cela, donc, le Comité, c'est sûrement pas, à mon avis, avant trois semaines.

Le président: Bon, tant mieux.

Mme Tremblay: Alors, on devrait vous déposer, pas en fin de semaine, mais lundi, la liste des invités pour le Comité.

Le président: Ça va.

Mme Tremblay: Cela nous donnerait le temps de les convoquer et de les voir.

Le président: C'est parfait.

La séance est levée.

[*Translation*]

The Chairman: Yes?

Mrs. Tremblay: I am told that five speakers remain to be heard on Bill C–53.

The Chairman: Yes.

Mrs. Tremblay: They should be called to appear next Wednesday. My motion will then be put to the vote. Will that be Wednesday? I don't know. If the vote occurs on Wednesday then, after our holiday recess, when the government tables Bill C–53, the speakers will be there to speak on the bill. After that, surely the committee won't meet for another three weeks.

The Chairman: So much the better.

Mrs. Tremblay: Then we should file with you, not the end of the week but next Monday, the list of people who are to appear before the committee.

The Chairman: Alright.

Mrs. Tremblay: That would give you enough time to send for the witnesses and to see them.

The Chairman: That's fine.

The meeting is adjourned.

MAIL ➤POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid / Port payé
Lettermail / Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From CanWest Global Communications:

James F. Sward, President;

Glenn O'Farrell, Vice–President, Legal and Regulatory Affairs.

From the Network Advisory Committee of the CBC English Language Affiliates:

Keith Campbell, Vice–President, Corporate Affairs, Baton Broadcasting Incorporated;

Dennis Watson, Executive Vice–President and General Manager, CHEX Television, Peterborough.

From «Télévision Quatre Saisons»:

Charles Bélanger, President and CEO, CFCF Inc.

TÉMOINS

De CanWest Global Communications:

James F. Sward, président;

Glen O'Farrell, vice–président, Affaires juridiques et réglementation.

Du Comité consultatif des affiliés de langue anglaise de Radio–Canada:

Keith Campbell, vice–président, Affaires générales, Baton Broadcasting Inc.;

Dennis Watson, vice–président et directeur général, CHEX Television, Peterborough.

De Télévision Quatre Saisons:

Charles Bélanger, président et chef de la direction, CFCF Inc.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

CA1
XC68
-C13

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 35

Tuesday, October 25, 1994

Chair: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 35

Le mardi 25 octobre 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of the Canadian Broadcasting Corporation

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la Société Radio–Canada

---

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

NOV 1 1994
University of Toronto

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chair: John Godfrey

Vice–Chairs: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Associate Members

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidents: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakvillle—Milton)
Jan Brown (Calgary–Sud–Est)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Membres associés

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

TUESDAY, OCTOBER 25, 1994
(42)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 9:10 o'clock a.m. this day, in Room 209, West Block, the Chairman, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Bonnie Brown, John Cannis, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Albina Guarnieri, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Suzanne Tremblay.

Acting Member present: Bob Ringma for Jan Brown.

Associate Member present: Simon de Jong.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: From the Canadian Conference of the Arts: Keith Kelly, National Director; Murray Krantz, Policy Analyst. *From CTV Television Network Limited:* John Cassaday, President and Chief Executive Officer; Gary Maavara, Vice–President, Development and Public Affairs, Counsel. *From Le Réseau TVA:* André Provencher, Executive Director, Development and Regulatory Affairs.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee resumed its study of the Canadian Broadcasting Corporation (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Thursday, September 22, 1994, Issue No. 26*).

On motion of Suzanne Tremblay, it was agreed to return the amount of $25,000.00 to the Budget Sub–Committee on the understanding that should funds be required by the Committee before the end of the fiscal year, some of these monies would be reallocated back.

Keith Kelly made an opening statement and, with the other witness from the Canadian Conference of the Arts, answered questions.

At 9:59 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 10:05 o'clock a.m., the sitting resumed.

André Provencher from Le Réseau TVA made an opening statement and answered questions.

John Cassaday made an opening statement and, with the other witness from the CTV Television Network Limited, answered questions.

At 11:00 o'clock a.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE MARDI 25 OCTOBRE 1994
(42)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 9 h 10, dans la salle 209 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Bonnie Brown, John Cannis, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Albina Guarnieri, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Suzanne Tremblay.

Membre suppléant présent: Bob Ringma remplace Jan Brown.

Membre associé présent: Simon de Jong.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: De la Conférence canadienne des arts: Keith Kelly, directeur général; Murray Krantz, analyste des politiques. *De CTV Television Network Limited:* John Cassaday, président et chef de la direction; Gary Maavara, vice–président, Développement et affaires publiques, conseiller. *Du Réseau TVA:* André Provencher, directeur général, Développement et affaires réglementaires.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité poursuit son étude de la Société Radio–Canada (*voir les Procès–verbaux et témoignages du jeudi 22 septembre 1994, fascicule nº 26*).

Sur motion de Suzanne Tremblay, il est convenu — Qu'un montant de 25 000$ soit retourné au Sous–comité des budgets, sous réserve que si le Comité a d'autres besoins d'ici la fin du présent exercice, il pourra en ravoir une partie.

Keith Kelly fait un exposé puis, avec l'autre témoin de la Conférence canadienne des arts, répond aux questions.

À 9 h 59, la séance est suspendue.

À 10 h 05, la séance reprend.

André Provencher, du réseau TVA, fait un exposé et répond aux questions.

John Cassaday fait un exposé puis, avec l'autre témoin du réseau CTV, répond aux questions.

À 11 heures, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Tuesday, October 25, 1994

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le mardi 25 octobre 1994

• 0910

The Chairman: Welcome, everybody.

I apologize for the confusion about which room we are in. This committee thought that the work of the CBC was of sufficient importance to have it televised on the parliamentary channel. The difficulty is that there's only one room that can do that. We thought that from time to time the proceedings might be on television. The difficulty is that it's a decision of the whips office as to which committees get to use it.

Now, my understanding, although I've heard some other information more recently, is that the finance committee has priority in the use of that room. When we last met on Thursday we thought we were going to be there. However, since then we've discovered that we're not. From time to time we will have access to the room. It's going to be pure luck of the draw as to who is on the parliamentary channel and who isn't. You might have been. Gentlemen, I apologize for that—sorry, Keith—but I'm sure we'll be covered sufficiently by the other media.

The other matter is one of housekeeping. I hate to bore you with this, but please bear with me. This committee and the other 21 committees of Parliament receive a global budget of about $2.2 million to do our work. The difficulty is that we're all allocated certain basic budgets. Our committee has one of about $50,000. Some committees have been asked by the government to do various things, like the social policy review, which are chewing up the money rather faster than was expected. Other committees, like ours, have been extremely careful with the public purse. We've only spent I think about $3,000 of our $50,000.

We've been asked by the committee of committees called the Liaison Committee to give back some of our uncommitted funds, about $25,000. This will free up money for other committees, but we will always have the right to go back and get money for whatever purposes we require, should our work require us to travel or bring in extra witnesses or whatever else. It's simply so that we can manage our cashflow a little better.

I suspect at the end of the day it will come out about right, but right now the paradox is that some committees are running low because they're travelling a lot and other committees, like ours, are just sitting on the money. Though we might travel, there's really no reason not to free it up for the time being. I will write a letter to the Liaison Committee and I will have a motion passed in the Liaison Committee guaranteeing that if we need the money we can go back and get it.

I would appreciate a motion on that point. Madam Tremblay.

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Je propose que l'on transfère 25 000$ au Comité de liaison en autant qu'on nous garantisse de financer notre voyage à Paris.

Le président: Je vous souhaite à tous la bienvenue.

Excusez–moi de la confusion qui règne à propos de la salle. Nous pensions que les délibérations consacrées à la Société Radio–Canada étaient suffisamment importantes pour être télédiffusées sur la chaîne parlementaire, mais il se trouve qu'une seule salle est aménagée en conséquence. Nous pensions que certaines de nos séances pourraient être télédiffusées, mais ce sont les whips qui sélectionnent les comités qui y ont droit.

Même si j'ai entendu des renseignements contradictoires, je crois savoir que priorité est donnée au Comité des finances. Jeudi dernier, nous pensions qu'on nous l'accorderait; depuis, nous avons su que ce ne serait pas le cas. À l'occasion, on nous l'accordera, mais c'est le sort qui décidera. Vous êtes peut–être déjà passés à cette chaîne. Je vous présente mes excuses. Désolé, Keith, mais je suis certain que les autres médias parleront suffisamment de nous.

Il faut aussi régler une question d'intendance. Ce n'est pas passionnant, je sais, mais je vous demande d'être patients. Le budget total pour notre comité et les 21 autres est de 2,2 millions de dollars environ. Un budget de base est affecté; le nôtre est de 50 000$ à peu près. Certains comités, auxquels le gouvernement a confié des tâches précises—l'examen de la politique sociale, par exemple—consomment leur affectation budgétaire plus rapidement que prévu. D'autres, comme le nôtre, ont fait un usage très judicieux des fonds publics. Nous avons dépensé à peine 3 000$ des 50 000$ alloués.

Le Comité de liaison, qui chapeaute tous les comités, nous a demandé de rendre une partie des fonds que nous n'avons pas engagés, environ 25 000$. Ces crédits seraient mis à la disposition d'autres comités. Toutefois, nous pourrions redemander les crédits dont nous aurons besoin pour nos déplacements ou pour entendre des témoins supplémentaires, par exemple. Le but est de mieux gérer nos finances.

J'imagine que l'un dans l'autre, les choses vont s'équilibrer, mais actuellement certains comités sont à court de fonds à cause de leurs nombreux déplacements tandis que d'autres, comme le nôtre, en ont à profusion. Même s'il est possible que nous voyagions plus tard, rien ne nous interdit de débloquer ces fonds maintenant. J'écrirai au Comité de liaison et je demanderai qu'il vote une motion pour garantir que les fonds nous seront attribués si nous en avons besoin.

J'aimerais que quelqu'un propose une motion sur cette question. Madame Tremblay.

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): I move that we transfer $25,000 to the Liaison Committee provided that we are guaranteed funding for our trip to Paris.

[*Texte*]

Des voix: Ah, ah!

The Chairman: A trip to Paris, Ontario, to visit the national heritage monuments, which are very pretty. . .

Mme Tremblay: La culture se passe à Paris.

The Chairman: I have a motion. Is there any discussion or quick comment? Mr. Hanrahan.

Mr. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Yes, I have two questions. First, are we guaranteed that if we should need such funds in the future we would have them available to us?

The Chairman: Yes. The practical reality is that if you study how all of the committees have spent their money over the years, within the last 10 years there's never been a time when the committees collectively have spent the money that's made available to them. Everybody keeps the money safe, just in case they need something. The cumulative result of that is that no one has ever managed to spend out the budget—not that we necessarily should, of course. That's good. We are guaranteed that we have the right to go back for the money if we need it—

Mr. Hanrahan: The money will be there?

The Chairman: —and the money will be there.

Mr. Hanrahan: Second, we will support this motion, but it is a concern that we would like to put on the record that we're disappointed at the planning of the other committees, that they did not budget properly.

The Chairman: I blame the chairs.

• 0915

Mr. Hanrahan: Well, whoever we blame, if we get *x* dollars, then surely at this level we should be able to budget in an appropriate manner.

The final question: are we setting a precedent here?

The Chairman: I don't think so. As far as I can judge, there's a great deal of flexibility. The committee of committees is called the Liaison Committee. All decisions pass through a budget committee, which attempts, by the way, to cut down on unnecessary travel. It will turn budgets back to people and say, look, do you really need to make the trip, do you really need to hire this or that? So there is an attempt to keep an eye on it.

I don't think this constitutes a precedent that is in any way going to be difficult. It's just that on the one hand some committees have been asked to do certain tasks at the last minute and don't have enough money; on the other hand, collectively we're sitting on I think it's $1.2 million of unexpended funds and we're halfway through the parliamentary year.

We will still have about $22,000 for our immediate work, and we can always go back for more. If you'll allow me to write the letter that will set out our conditions, so to speak, and put forward a motion to that effect as well in the Liaison Committee, I would appreciate it.

Some hon. members: Agreed.

Le président: Merci.

[*Traduction*]

Some hon. members: Ha, ha!

Le président: Paris, en Ontario, pour visiter les monuments du patrimoine national, qui sont très beaux. . .

Mrs. Tremblay: Paris is where culture is.

Le président: Une motion a été proposée. Discussion ou intervention, rapidement? Monsieur Hanrahan.

M. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Oui, j'ai deux questions. Premièrement, est-il certain qu'on nous attribuera ces fonds si nous en avons besoin plus tard?

Le président: Oui. En pratique, l'examen des dépenses des comités au cours des 10 dernières années montre qu'ils n'ont jamais tout dépensé leur budget en totalité. Tout le monde garde des réserves pour parer aux éventualités, si bien que le budget total n'a jamais été dépensé en entier, ce qui n'est d'ailleurs pas le but recherché, il va sans dire. C'est tant mieux. On nous assure que nous aurons le droit de redemander ces fonds si nous en avons besoin. . .

M. Hanrahan: Ces fonds seront-ils toujours là?

Le président: . . .et les fonds seront là.

M. Hanrahan: Deuxièmement, nous allons appuyer la motion, mais nous voulons souligner officiellement que nous sommes déçus et que la planification et la budgétisation des autres comités laissent à désirer.

Le président: J'en fais le reproche aux présidents.

M. Hanrahan: Eh bien, peu importe qui est à blâmer, si nous obtenons tant, nous devrions certainement être capables d'établir un budget convenable.

Ma dernière question: S'agit-il d'un précédent?

Le président: Je ne le crois pas. Autant que je puisse en juger, il y a beaucoup de souplesse à ce sujet. Le comité qui chapeaute tous les comités s'appelle le Comité de liaison. Toutes les décisions sont approuvées par un comité des budgets et, soit dit en passant, celui-ci s'efforce de supprimer les voyages inutiles. En cas de problème, il renvoie le budget au comité et demande si c'est vraiment nécessaire de faire tel ou tel voyage ou d'embaucher telle ou telle personne. On s'efforce donc de surveiller ce qui se passe.

Je ne crois pas que ce soit un précédent qui puisse poser des difficultés plus tard. Le problème, c'est simplement que certains comités ont été chargés à la dernière minute de faire certaines choses et n'ont pas assez d'argent, et que, d'autre part, nous avons, je pense, 1,2 million de dollars pour tous les comités qui n'ont pas encore été dépensés et nous sommes au milieu de l'année parlementaire.

Il nous restera encore environ 22 000$ pour faire notre travail et nous pouvons toujours en demander plus. Je voudrais bien que vous m'autorisiez à rédiger une lettre pour expliquer notre situation et présenter une motion à ce sujet au Comité de liaison aussi.

Des voix: D'accord.

The Chairman: Thank you.

[*Text*]

Mme Tremblay: J'ai une question technique, monsieur le président. On a de la difficulté à entendre la traduction. La voix est très faible.

Le président: Pouvons–nous régler le problème?

With those preliminaries out of the way—and thank you for your patience—we're delighted to start with the presentation from the Canadian Conference of the Arts. We have their distinguished president here, Mr. Kelly.

Mr. Kelly, without further ado, we ask you to give us about a 10–minute summary of your position, and then we'll move right into the questions.

Mr. Keith Kelly (National Director, Canadian Conference of the Arts): Thank you, Mr. Chairman. First of all I would like to say Gary Neil, from our board of governors, was to be with us today, but a last–moment illness has made his travel from Toronto impossible. However, on behalf of the board of governors of the Canadian Conference of the Arts, I would like to thank the chairman and the members of the committee for inviting us to participate in these hearings on the review of the CBC.

Pour faciliter la tâche des membres francophones de ce Comité, la CCA a présenté son mémoire sous forme bilingue. Toutefois, en raison du manque de temps la version française ne contient pas la rubrique relative aux nouvelles techniques. C'est pourquoi je vais en parler un peu plus longuement dans mes remarques d'ouverture.

The CCA is the oldest and largest arts advocacy body in Canada. Through our membership of organizations and individuals we represent the interests of over 200,000 artists and cultural workers, active in all disciplines and cultural industries in all parts of Canada.

It's very clear that for our members the CBC is one of the most important cultural institutions in Canada, not only because it is the largest employer of artists and cultural workers in the country but because of the vital role it plays in allowing Canadians to see themselves and our collective experience with greater clarity. The CCA strongly believes in public broadcasting and supports the CBC as our public broadcaster.

As indicated in our brief, however, this is not to say the CBC cannot improve its operations and programming decisions. In fact, our view is that it must change in order to remain relevant to Canadians in the looming multi–channel universe.

To some observers, our recommendations may appear overly critical of the CBC's current operations. To this I would suggest that critical examination is often a necessary good, as long as it is done with the best of intentions. I can assure you the intentions of the CCA are absolutely honourable towards the CBC and it is our earnest hope this review will result in a more effective public broadcaster.

Plusieurs nouvelles techniques sont actuellement mises au point et promettent de modifier la programmation des émissions de télévision et de radio plus radicalement que toute autre innovation passée. Je pense notamment à la compression numérique et à la diffusion directe par satellites. Comme l'ont fait remarquer certains commentateurs, c'est un véritable raz–de–marée virtuel d'images et de son qui est sur le point de déferler dans nos salles de séjour.

[*Translation*]

Mrs. Tremblay: I have a technical question, Mr. Chairman. It is hard to hear the interpretation. The sound is very low.

The Chairman: Could we look at the problem?

Cela étant dit, et je vous remercie de votre patience, nous sommes ravis d'accueillir aujourd'hui M. Kelly, distingué président de la Conférence canadienne des arts.

Sans autre préambule, monsieur Kelly, nous vous donnons environ 10 minutes pour résumer votre position, ensuite nous passerons directement aux questions.

M. Keith Kelly (directeur national, Conférence canadienne des arts): Merci, monsieur le président. Tout d'abord, je signale que Gary Neil, du Conseil des gouverneurs, devait être ici aujourd'hui, mais une indisposition l'a empêché de venir de Toronto à la dernière minute. Cependant, au nom du Conseil des gouverneurs de la Conférence canadienne des arts, je tiens à remercier le président et les membres du comité de nous avoir invités à participer aux audiences sur la Société Radio–Canada.

To make matters easier for the French–speaking members of the committee, the CCA has submitted a bilingual brief. However, because of time constraints, the French version does not contain the section on new technologies. This is why I shall be speaking a bit more about this in my opening remarks.

La CCA est le plus ancien et le plus grand organisme de protection des arts au Canada. Par l'intermédiaire des organismes et des particuliers qui sont membres de la CCA, nous représentons les intérêts de plus de 200 000 artistes et travailleurs culturels qui jouent un rôle actif dans toutes les disciplines et industries culturelles de l'ensemble du Canada.

La SRC est l'une des institutions culturelles les plus importantes de notre pays, non seulement parce qu'elle est le plus gros employeur d'artistes et de travailleurs culturels au Canada, mais aussi à cause du rôle crucial qu'elle joue en permettant aux Canadiens de se percevoir plus clairement, tant eux–mêmes que leur expérience collective. La CCA croit fermement dans la radiodiffusion publique et appuie le rôle de la SRC à ce titre.

Comme nous le signalons dans notre mémoire, cependant, cela ne veut pas dire que la SRC ne peut pas améliorer ses opérations et ses décisions de programmation. Nous jugeons d'ailleurs qu'elle doit changer pour continuer à bien servir les Canadiens dans l'univers multicanal qui se profile à l'horizon.

Certains observateurs jugeront nos recommandations trop dures à l'égard des opérations actuelles de la SRC. Je leur répondrai qu'un examen critique est souvent nécessaire, du moment qu'il est fait avec les meilleures intentions du monde. Je peux vous garantir que la CCA a les meilleures intentions du monde envers la SRC et que nous espérons sincèrement que cet examen permettra à la SRC de devenir un radiodiffuseur public plus efficace.

Several new technologies have now been developed and should bring about a more radical change in television and radio programming than any other past innovation. I am thinking especially about digital compression and direct satellite broadcasting. As some observers have pointed out, a real tidal wave of images and sound is about to flood our living rooms.

[*Texte*]

Ces progrès technologiques vont accentuer encore la concurrence étrangère à laquelle doivent faire face toutes les entreprises canadiennes de radiotélédiffusion. C'est dans ce contexte que la CCA présente ses recommandations sur l'avenir de la Société.

The emerging multi-channel universe is an enormous opportunity for Canada's cultural sector. The explosion of demand for content is potentially good news for every individual artist, creator, producer and distributor, and for the fortunes of the cultural sector as a whole. In order to profit from these inevitable changes, however, the Copyright Act must be revised to ensure that artists and creators are justly compensated for the use of work in the marketplace. The CCA would also encourage the federal government to formulate a coherent cultural policy to maintain a strong Canadian production industry.

La CCA est fermement convaincue que l'environnement technologique qui s'apprête à nous envahir intensifiera la concurrence entre les réseaux. La Société n'a pas d'autre possibilité que de s'intéresser d'abord et avant tout au contenu. À ce stade des changements technologiques, qui d'ailleurs ont déjà provoqué la fragmentation du public, la Société doit définir et redéfinir à la fois son marché et ses conceptions d'émissions de qualité.

The CBC is undoubtedly one of the most studied, reviewed, examined, and criticized public institutions in Canada. I think of the comments of the new president, who said that every Canadian has two jobs, the one that gives an income and the other running the CBC. Analyses of the CBC would probably fill this room, and there would have to be hundreds of recommendations for change written since its formation in 1936.

In our view, one of the clearest statements regarding the mandate of the CBC was offered in 1965 by the Fowler committee and I quote:

> CBC is not an administrative agency, or a department of government. It is a creative agency, and its products are radio and television programs. Its sole reason for existence is to create and distribute varied, well balanced and excellent programs for all Canadians in the two broadcasting media. . . . To increase the proportion of successes and reduce the number of failures, the administration of program production should be flexible, imaginative, and able to make changes as quickly as they are needed.

While the CCA appreciates the financial constraints of the CBC, we believe $1 billion plus must enable the CBC to tap into some of the most creative minds to work past the seemingly intractable budgetary problems. We need not wait until the CBC hits the proverbial jackpot to put this creative talent to work. We need only to have the will and the imagination to find the means to fulfil the potential of a public broadcaster. The primary emphasis must be on distinctive high-quality programming that is provided to Canadians in the most cost-effective manner possible. If this is accomplished, the public trust will be maintained and enhanced.

[*Traduction*]

• 0920

These technological advances will increase even more the foreign competition facing all Canadian broadcasting companies. It is in this context that the CCA is making recommendations about the future of the Corporation.

Le nouvel univers multicanal représente des chances énormes pour le secteur culturel du Canada. L'explosion de la demande d'émissions constitue d'excellentes nouvelles pour tous les artistes, créateurs, producteurs et distributeurs du pays et pour l'avenir de l'ensemble du secteur culturel. Pour profiter de ces changements inévitables, cependant, il faut modifier la Loi sur le droit d'auteur pour garantir que les artistes et les créateurs seront convenablement indemnisés pour l'utilisation de leurs oeuvres sur le marché. La CCA encourage aussi le gouvernement fédéral à énoncer une politique culturelle cohérente pour appuyer une industrie solide de la production au Canada.

The CCA is firmly convinced that the technological environment which is getting ready to invade us will intensify competition among networks. The only thing for the Corporation to do is to involve itself first and foremost with content. At this stage of technological changes which have brought about a fragmentation of the public, the Corporation must now define and redefine both its market and its designs of quality programs.

La SRC est sans doute l'une des institutions publiques les plus étudiées, examinées et critiquées au Canada. Je songe aux observations faites par le nouveau président qui a déjà dit que chaque Canadien a deux emplois, celui qui le fait vivre et l'autre qui est d'administrer la SRC. On a effectué tellement d'analyses de la SRC qu'on pourrait probablement en remplir cette salle, et des centaines de recommandations ont certainement été formulées pour modifier la SRC depuis sa fondation en 1936.

À notre avis, l'un des meilleurs énoncés du mandat de la SRC nous vient du Comité Fowler et date de 1965. Le voici:

> La SRC n'est pas une agence administrative ou un ministère du gouvernement; c'est une agence créatrice qui produit des émissions de radio et de télévision. Elle n'existe que pour créer et distribuer des émissions variées, bien équilibrées et d'excellente qualité à tous les Canadiens tant à la radio qu'à la télévision. Pour augmenter le pourcentage de succès et réduire le nombre d'échecs, l'administration de la production d'émissions doit faire preuve de souplesse, d'imagination et de la capacité d'apporter des changements au fur et à mesure que l'on en a besoin.

Compte tenu des contraintes financières à la SRC, la CCA juge qu'il faudrait plus d'un milliard de dollars à la Société pour interroger certain des esprits les plus créateurs sur la façon de résoudre certains de ses problèmes budgétaires les plus difficiles. Nous ne sommes cependant pas obligés d'attendre que la SRC gagne le gros lot pour mettre ces talents créateurs à contribution. Il faut simplement savoir la volonté et l'imagination nécessaires pour trouver les moyens de permettre à un radiodiffuseur public de réaliser son plein potentiel. Il faut insister avant tout sur des émissions d'excellente qualité offerte aux Canadiens au meilleur rapport qualité-prix. Si la SRC réussit à le faire, elle conservera et augmentera la confiance du public.

[*Text*]

It is very difficult for external observers to determine cost savings within the CBC due to the lack of really detailed financial statements. While the annual report provides general figures on expenditures and revenues, only the CBC knows how their expenditures are specifically made. As a public institution, the CCA firmly believes the corporation should be required to make more detailed financial information available to the public.

We recognize that this would give the CBC's competitors information that they are not themselves required to disclose. However, the CCA does not believe the CBC should be in competition with commercial networks. In fact, we would argue that the increased competition between public and private broadcasters has undermined public broadcasting.

The CCA believes that a return to the basics is in order; namely, we propose elimination of commercial revenues for the television networks, a move which has enabled CBC radio to become one of the most praised national institutions in Canada.

While many observers agree with this proposal, most then argue that the federal government would have to top up the CBC's budget by an additional $300 million, to be raised by taxes on households, private broadcasters or cable subscribers. The CCA believes that substantial savings can be made within the existing structure of the CBC without a need for additional taxes, although we have some recommendations that we are prepared to make about alternate sources of non–tax–base revenue.

[*Translation*]

Les observateurs de l'extérieur ont bien du mal à déterminer quelles économies peuvent être réalisées à la SRC vu l'absence d'états financiers très détaillés. Le rapport annuel donne bien des chiffres généraux sur les dépenses et les recettes, mais seule la SRC sait exactement comment elle dépense son argent. La CCA est convaincue, à titre d'institution publique, que la Société devrait être tenue de fournir des renseignements financiers plus détaillés au public.

Nous reconnaissons que cela fournirait aux concurrents de la SRC des renseignements qu'ils ne sont pas eux–mêmes obligés de divulguer. La CCA ne croit pas cependant que la SRC doit rivaliser avec les réseaux commerciaux. Nous croyons au contraire que la concurrence accrue entre le radiodiffuseur public et et les radiodiffuseurs privés a nui à la radiodiffusion publique.

Selon la CCA, il faut revenir au principe de base et éliminer les recettes de publicité pour les réseaux de télévision comme on l'a fait pour la radio de Radio–Canada, qui est devenue grâce à cela l'une des institutions nationales les plus louangées du pays.

Même si bon nombre d'observateurs sont d'accord avec cette proposition, la plupart signalent que le gouvernement fédéral devrait à ce moment–là ajouter 300 millions de dollars au budget de la SRC et qu'il faudrait pour cela percevoir davantage d'impôts des familles canadiennes, des radiodiffuseurs privés ou des abonnés du câble. La CCA est d'avis qu'il est possible de réaliser des économies importantes au sein de la structure actuelle de la Société et qu'il n'est pas nécessaire d'augmenter les impôts, même si nous sommes prêts à faire des recommandations sur des sources de revenus autres que fiscales.

• 0925

Il faut rationaliser l'infrastructure actuelle. Pendant que le secteur privé s'efforce de gagner de l'argent, le secteur public doit s'efforcer pour sa part de se conformer à la Loi sur la radiodiffusion de la manière la plus rentable possible. Essentiellement la CCA est persuadée que la Société doit jeter un oeil critique sur tout ce qu'elle fait et sur la manière dont elle s'y prend pour le faire si elle veut répondre un jour aux attentes de la population canadienne.

We have to streamline the existing infrastructure. Whereas the private sector works on the basis of profit, the public sector must work as cost–effectively as possible within the mandate of the Broadcasting Act. The CAA basically believes that the CBC must review all its activities and the way it carries them out if it is to meet the needs of the Canadian public.

From our perspective, several options are open to the CBC. First, without commercial revenues the CBC would not have to air professional sports. Private broadcasters would dearly love to have this revenue source, and it makes sense since both are primarily concerned with making money. From the point of view of public broadcasting, these time slots could be filled more appropriately with documentaries, information analyses, children's programming, and arts and culture programming. The elimination of professional sports from the CBC would result in a downsizing of both the sports and the advertising departments.

In addition, given the current economic and emerging technological environments, the CCA is not certain that the CBC's relationship with its affiliates is a productive expenditure. It has been pointed out that this relationship costs the CBC over $100 million per year. Terminating these relationships, or renegotiating them, would generate substantial alternate revenues for the corporation, which would enable it to concentrate on Canadian programming.

D'après nous, la Société a plusieurs options. D'abord, si la Société n'avait pas de recettes commerciales, elle ne serait pas obligée de diffuser des émissions sportives. Les radiodiffuseurs privés aimeraient mettre la main sur cette source de revenus, et c'est logique puisque les deux parties visent à réaliser des profits. Il serait plus approprié que la Société remplisse ses cases horaires avec des documentaires, des analyses d'information, des programmes pour enfants et des programmes artistiques et culturels. Si la Société ne diffusait plus d'émissions de sport professionnel, elle réduirait son service des sports et son service de publicité.

De plus, étant donné la situation économique actuelle et l'émergence des nouvelles technologies, la CCA n'est pas convaincue que la relation entre la Société et ses postes affiliés soit productive. On a signalé que cette relation coûte plus de 100 millions de dollars par année à la Société. L'élimination de ces relations, ou leur renégociation, engendrerait de nouvelles recettes importantes pour la Société, ce qui lui permettrait de se concentrer sur les émissions canadiennes.

[*Texte*]

Also, potential savings could be found by rationalizing engineering costs. With the recent technological advances, the CCA wonders if the CBC could cease managing its own delivery systems, which cost roughly $157 million a year. At one point the CBC had to develop and manage these systems because there was a shortage of technical expertise in the broadcasting industry. This, however, is no longer the situation. By getting out of delivery, the CBC would then be able to concentrate on programming, which is what the CBC is all about.

Such a decision would also enable the CBC to review its capital assets, worth an estimated $1.3 billion. The CCA suggests that such a review should include an examination of the need for the Bronson Avenue complex in Ottawa.

Même si la vente d'émetteurs et de licences de radiodiffusion d'émissions sportives permet seulement à la Société de réaliser des économies ponctuelles, cela éliminera déjà les frais énormes de paiement des droits de radiodiffusion pour la programmation sportive. L'argent ainsi économisé pourra être mis de côté pour acheter davantage de productions indépendantes.

En gros, il faut retourner au bon vieux principe, au principe d'une gestion financière saine des entreprises publiques. Le moment est venu de nous demander ce qu'est en fin de compte la radiodiffusion publique. À notre avis, elle n'a rien à voir avec les émetteurs ou les techniques de dernier cri. Elle se définit plutôt par la diffusion de programmes de qualité dans lesquels la population canadienne peut se reconnaître et s'informer tout en se divertissant.

The CBC should not have to rely on commercial U.S. programming abundantly available on other networks in order to draw large audiences, which then attract advertisers. Where foreign programming is shown on the CBC, the CCA recommends that it be high–quality programming that is not available elsewhere in the Canadian broadcasting system.

Finally, the CBC represents alternate programming for Canadians, which is overwhelmingly appreciated: 73% of Canadians think it's important for Canada to have a public broadcaster; 81% of Canadians think it's important for governments to promote Canadian culture and identity; and 84% of Canadians think it's important for governments to encourage the development of more Canadian programming.

The future of the CBC has been described as both a requiem and a renaissance. The CCA hopes the imagination and spirit will prevail and a renaissance will result.

Thank you.

The Chairman: Thank you, Mr. Kelly.

M^me^ Tremblay, pour sept minutes environ?

Mme Tremblay: Merci monsieur le président. Bonjour M. Kelly.

• 0930

Merci pour votre présentation et les mémoires que nous avons reçus à l'avance et dont on a pu prendre connaissance. J'ai d'abord une question préliminaire à vous poser.

[*Traduction*]

La Société pourrait également réaliser des économies en rationalisant ses coûts d'ingénierie. Étant donné les récentes percées technologiques, la CCA se demande si la Société ne pourrait pas cesser de gérer ses propres systèmes de diffusion, qui lui coûtent environ 157 millions de dollars par année. À un certain moment, la Société a dû mettre au point et gérer ces systèmes à cause d'un manque de connaissances techniques au sein de l'industrie de la radiodiffusion. Ce n'est cependant plus le cas. Si la Société laissait tomber la diffusion, elle pourrait davantage se concentrer sur la programmation, qui est au coeur de son mandat.

Une telle décision permettrait à la Société de revoir ses immobilisations, qui valent environ 1,3 milliard de dollars. La CCA propose qu'à cet égard, on évalue le besoin de conserver le complexe de la rue Bronson à Ottawa.

Even if selling broadcasting stations and licenses for sports programs helps the CBC save money from time to time, it would also help it save the huge broadcasting fees it pays for sports programs. The money thus saved could be used to buy more independent productions.

In a nutshell, we have to go back to the old standard of healthy management of our public institutions. The time has come to ask ourselves what public broadcasting really is all about. We believe it has nothing to do with broadcasting stations or state–of–the–art technologies. For us, it is the broadcasting of quality programs which the Canadian public can identify with, which they can learn from as well as be entertained.

La Société ne devrait pas dépendre des émissions commerciales américaines, qu'on peut écouter sur les autres réseaux, afin d'obtenir une cote d'écoute élevée, qui attire les publicitaires. Lorsque la Société diffuse des programmes étrangers, la CCA recommande que ce soit des émissions de grande qualité qu'on ne peut retrouver sur les autres chaînes canadiennes.

Enfin, la Société Radio–Canada représente une programmation différente pour les Canadiens, qui est très appréciée: 73 p. 100 des Canadiens croient qu'il est important pour le pays d'avoir un radiodiffuseur public; 81 p. 100 des Canadiens croient qu'il est important pour les gouvernements de promouvoir la culture et l'identité canadiennes; et 84 p. 100 des Canadiens croient qu'il est important pour les gouvernements d'encourager la création de davantage d'émissions canadiennes.

L'avenir de la SRC a été décrit comme étant à la fois un requiem et une renaissance. La CCA espère que l'imagination et l'esprit vont prévaloir et qu'il en résultera une renaissance.

Merci.

Le président: Merci, monsieur Kelly.

Mrs. Tremblay, you have about seven minutes.

Mrs. Tremblay: Thank you, Mr. Chairman. Good morning, Mr. Kelly.

Thank you for your presentation and for the briefs you sent in advance, and which we were able to read. I'd like to begin by asking you a preliminary question.

[*Text*]

Les mémoires que vous déposez s'appliquent–ils à la totalité de Radio–Canada ou si cela rencontre plus la réalité de *CBC* que de la SRC?

M. Kelly: La SRC est dans une meilleure position quant à son audience et sa programmation. Les mémoires touchent plus aux services anglais que français.

Mme Tremblay: Si je reviens à votre mémoire et à la recommandation 3, que vous proposez à la fin du document, vous recommandez que le ministère du Patrimoine canadien, en étroite consultation avec le secteur culturel, implante une politique culturelle fédérale cohérente qui articule la nature, la direction et les principes fondamentaux du gouvernement du Canada dans tous les secteurs d'activités d'expression culturelle.

Je ne crois pas devoir vous faire un dessin pour vous dire que j'ai beaucoup de problèmes et que le Québec en a beaucoup également avec cette recommandation qui est sans nuance, c'est–à–dire qu'elle ne réflète pas la réalité canadienne où il y a deux cultures, la culture française et la culture anglaise. Pourriez–vous, s'il vous plaît, me donner des explications sur le sens réel de la portée de la recommandation numéro 3?

M. Kelly: La position de la CCA a toujours été de reconnaître les deux cultures au Canada et on respecte toujours le droit et la capacité du Québec et de nos collègues francophones à travers le pays de définir et promouvoir leur propre culture.

Mme Tremblay: La dernière recommandation que vous faites, c'en est une autre avec laquelle j'ai aussi beaucoup de difficultés, parce que vous voulez nommer des membres apolitiques au conseil d'administration. Que fait–on avec du monde *drab, pale*, apolitique? Le seul fait de dire qu'on est apolitique c'est déjà un geste politique en soi. Que fait–on avec des gens qui sont apolitiques pour diriger une entreprise comme Radio–Canada? On s'en irait où avec du monde apolitique?

Mr. Kelly: Perhaps I should try this one in English.

What we were looking for were non–partisan people. What we were looking for was nomination of people who had a certain knowledge and affinity for public broadcasting and the environment in which it operates, rather than people who are appointed purely on the basis of political connections or merit and have nothing to bring to the management of this very important corporation.

Mme Tremblay: Dans ce cas, croyez–vous qu'il serait important, par exemple, qu'on puisse constituer un comité, un peu comme cela se fait aux États–Unis, où quelqu'un qui est nommé à un poste aussi important doit témoigner devant un comité et que la recommandation du gouvernement devrait obligatoirement aller devant un comité pour qu'on s'assure que la personne représente vraiment ce qu'on veut? Iriez–vous jusque là?

Mr. Kelly: As far as we're concerned that potential already exists, or at least did exist, with the Standing Committee on Communications and Culture. It was not very often invoked by the committee, but it certainly is an appropriate airing of the abilities of individuals to fill critical posts within the national cultural institutions, and we certainly support that.

Mme Tremblay: Pour votre information, je tiens à vous dire que le Comité a reçu M. Manera mais il avait déjà été nommé. Cela aurait été difficile de dire au gouvernement que ce n'était pas le bon choix.

[*Translation*]

In your briefs, are you addressing the CBC as a whole or more specifically English language CBC rather than La Société Radio–Canada?

Mr. Kelly: The French network is in a better position in terms of audience and programming. The briefs deal more specifically with the English network rather than the French one.

Mrs. Tremblay: If I come back to recommendation 3, which is at the end of your brief, it says that the Minister of Canadian Heritage, in close consultation with the cultural sector, implement a coherent federal cultural policy that enunciates the nature, direction and fundamental principles of the Government of Canada in all areas of cultural activities and expression.

I don't think I have to draw a picture to explain to you that I have a problem, and that Quebec has a big problem as well, with this recommendation, which is quite clear; it does not reflect the Canadian reality, which has two cultures, English and French. Could you please tell me what recommendation number 3 really means?

Mr. Kelly: The CCA's position has always recognized both cultures in Canada and we still respect the right and the ability of Quebec and our francophone colleagues throughout the country to define and promote their own culture.

Mrs. Tremblay: I also have a problem with your last recommendation, because you want to appoint apolitical members to the Board of Directors. What do you mean by apolitical people? If you say you're apolitical, that in itself is a political act. How are non–partisan people going to manage a corporation like the CBC? What will they achieve?

M. Kelly: Je crois qu'il vaudrait mieux que je réponde en anglais.

Nous cherchons des membres qui n'ont pas d'affiliation politique. Nous voulons nommer des gens qui connaissent le milieu de la radiodiffusion et en ont une certaine expérience, plutôt que des personnes qui sont nommées purement à cause de leurs relations politiques, ou par reconnaissance, mais qui n'apportent rien à la gestion de cette société très importantes.

Mrs. Tremblay: In that case, do you think it would be important, for instance, to create a committee, much like it is done in the United States, where a candidate to an important position must testify. If the government recommends someone, this person should automatically testify before a committee to make sure he or she is the right person for the job. Would you go that far?

M. Kelly: D'après ce que nous savons, c'est déjà le cas—ou, du moins, ce l'était—avec le Comité permanent des communications et de la culture. Le comité n'a pas souvent interrogé des candidats, mais je crois qu'il est approprié de passer en revue les compétences des personnes nommées à des postes importants au sein de nos institutions culturelles nationales, et nous sommes en faveur d'un tel processus.

Mrs. Tremblay: For your information, Mr. Manera came before the committee after he was appointed. It would have been hard to tell the government that he was not the right man for the job.

[*Texte*]

Mr. Hanrahan: Thank you very much for your presentation.

A number of witnesses have suggested that the CBC decrease its regional coverage, particularly in the area of news, since this is being done by private broadcasters. Essentially, in some markets you have three or four stations giving exactly the same reports. How would your organization feel in regard to this?

Mr. Kelly: One of the great strengths of the CBC is its ability, within regions, to reflect their own experience not only to each other but also to the broader Canadian population. I'm in the process of crossing the country, talking to people in various cities, and one of the things I hear most often is that the regional presence of the CBC and the ability to find out what's going on in the region are a very important element of the public broadcaster's mandate.

• 0935

Mr. Hanrahan: Would you say over and above the private stations they are providing something unique in their interpretation of the news?

Mr. Kelly: Sometimes, yes. In some cases where commercial broadcasters provide very brief newscasts as the only complement to a national news service, it's very difficult for people in a region to see what's going on in that region. That's a very important role played by the CBC.

Now, that may not be universally true across the country. But I can tell you in New Brunswick, Saskatchewan, and Manitoba that is a role we hear about very strongly from people in those communities. They see the CBC fulfilling that role, and actually they would like to see the CBC do more in reflecting what's going on in the regions.

Mr. Hanrahan: You spend a fair amount of your paper looking at ways to save money for the CBC without increasing taxes. I represent a riding in Edmonton, and we have CBC, CTV, and ITV. If I watch the three of them, flicking back and forth, I am hard pressed to see any distinction among the three news broadcasts. If the CBC is providing a unique vision of Alberta to Albertans and to the rest of the country, I and many other Albertans fail to see it.

Would you not agree with that?

Mr. Kelly: No. I would say if that is your assessment of the situation, that is your assessment of the situation. All I can say is we've also heard from many people who see the regional coverage of the CBC as something that is not mirrored in the private broadcasters. They really do see the CBC as their window.

Mr. Hanrahan: Could you be more specific?

Mr. Kelly: Sure. For example, last week I was in Saskatchewan, and in the cases of both Regina and Saskatoon we heard from people that the cut–back in regionally based programming meant they were exposed to artists from other parts of Canada, but there was no way for artists and talent in Saskatchewan itself to make their presence felt within the CBC in Saskatchewan. The same was the case in Manitoba.

[*Traduction*]

M. Hanrahan: Merci beaucoup pour votre exposé.

Certains témoins ont dit que la Société devrait réduire sa programmation régionale, notamment les bulletins de nouvelles régionaux, puisque les réseaux privés diffusent déjà les nouvelles locales. Dans certains marchés, trois ou quatre chaînes diffusent essentiellement les mêmes bulletins. Qu'en pensez–vous?

M. Kelly: Un des grands atouts de la Société est sa capacité de refléter ce qui se passe au niveau local et de refléter cette expérience non seulement en région, mais dans tout le pays. Je suis actuellement en train de faire une tournée des diverses villes du pays, et ce qui ressort le plus souvent des discussions que j'ai avec les gens que je rencontre, c'est qu'on considère la présence régionale de Radio–Canada et son service d'informations locales comme un aspect très important de son mandat de radiodiffuseur public.

M. Hanrahan: Diriez–vous que Radio–Canada donne une interprétation des nouvelles qui se démarque réellement de celle des stations privées et qu'elle leur est même supérieure?

M. Kelly: C'est parfois le cas. Lorsque les radiodiffuseurs commerciaux n'offrent que de très brefs bulletins de nouvelles régionales après leurs nouvelles nationales, les gens de la région visée sont très mal renseignés sur ce qui se passe chez eux. Or, Radio–Canada compense cette lacune.

Cette affirmation ne vaut peut–être pas pour tout le pays. Je vous assure cependant que, d'après ce qu'on nous dit, cela semble certainement être le cas au Nouveau–Brunswick, en Saskatchewan et au Manitoba. Pour les gens de ces régions, Radio–Canada comble les lacunes en matière d'information et ils aimeraient même que le radiodiffuseur public reflète encore davantage leur réalité.

M. Hanrahan: Une bonne partie de votre mémoire porte sur les moyens qui s'offrent au gouvernement de réaliser des économies en ce qui touche Radio–Canada au lieu d'augmenter les impôts. Je représente une circonscription d'Edmonton qui est desservie par Radio–Canada, CTV et ITV. Pour moi, les bulletins de nouvelles de ces trois stations se ressemblent beaucoup. Vous dites que Radio–Canada donne aux Albertains et au reste des Canadiens une vision tout à fait particulière de l'Alberta, mais bien des Albertains ainsi que moi–même n'en sommes pas conscients.

Ne convenez–vous pas avec moi que c'est le cas?

M. Kelly: Non. Je crois que c'est plutôt l'impression que vous avez. Bien des gens nous disent plutôt que les bulletins d'informations régionales de Radio–Canada se distinguent clairement de ceux des radiodiffuseurs privés. Pour ces gens, Radio–Canada les représente vraiment.

M. Hanrahan: Pourriez–vous être plus précis?

M. Kelly: Volontiers. J'étais la semaine dernière en Saskatchewan, et tant à Regina qu'à Saskatoon, des gens m'ont dit qu'en raison des compressions effectuées dans les programmes régionaux, ils ont été à même de connaître les artistes d'autres parties du Canada, mais ils déploraient le fait qu'il n'y avait plus de débouchés pour les artistes de la Saskatchewan même. On nous a répété la même chose au Manitoba.

[*Text*]

So from the point of view of our constituency, which is artists and cultural workers, they really do see the ability to be seen regionally as being as important as nationally.

Mr. Hanrahan: And the privately owned broadcasters do not employ these artists you represent to the same degree as CBC would.

Mr. Kelly: Not in the same way. Private broadcasters, through the use of independent production and some local programming, certainly do engage artists. There's no question about that. However, the ability of the CBC to act in its capacity as a public broadcaster allows it to develop programming that has no immediate market draw.

Mr. Hanrahan: One final question. You state on page 3 you would argue the increased competition between public and private broadcasters has undermined public broadcasting. Could you explain that to some degree?

Mr. Kelly: Absolutely. What we're saying here is that the CBC, as a public broadcaster, has also had to develop commercial revenues from sales of advertising, and it has been placed in the position where it's had to make choices about programming that either meets its mandate or attracts advertising revenue. The use of American programming, sitcoms and what have you, that is available to the private broadcasters is seen by the CBC as an important source of revenue. The competition, I think, between the CBC and commercial broadcasters for broadcast licensing for sporting events is another example where that has actually developed into a competition between the public broadcaster and commercial counterparts.

• 0940

Mr. Ianno (Trinity—Spadina): Thank you for your presentation.

I guess I have several questions. Being new to this committee I don't know exactly who composes the membership of the CCA, and other technical information. I'm curious about the expertise.

Mr. Kelly: The members of the CCA are not only the cultural labour organizations but also the producer organizations. We have, for example, ACTRA, Union des artistes, Canadian Actors' Equity Association, the American Federation of Musicians of the United States and Canada. We have the Canadian Film and Television Production Association, the Canadian Recording Industry Association, the Association of Canadian Publishers, plus individual producing organizations from the—

Mr. Ianno: I just wanted to get a feel of the production side in your answer to that. I guess if CBC were to get out of professional sport and I guess programs that advertisers pay for overall, that would be $300 million.

Mr. Kelly: Yes.

Mr. Ianno: I guess you'd like to actually reduce their programming costs and buy from the members of your association. What's the cost of putting on professional sport—advertising costs, etc.—out of that $300 million?

[*Translation*]

Par conséquent, à tout le moins, les artistes et les travailleurs culturels qui composent nos membres attachent autant d'importance à la possibilité de pouvoir se faire connaître à l'échelle régionale qu'à l'échelle nationale.

M. Hanrahan: Et les radiodiffuseurs privés n'ont pas autant recours que Radio–Canada aux services de ces artistes.

M. Kelly: Pas dans la même mesure. Il est cependant vrai que les radiodiffuseurs privés engagent des artistes locaux pour les émissions qu'ils produisent eux–mêmes ainsi que leur programmation locale. Cela ne fait aucun doute. Toutefois, le fait que Radio–Canada soit un radiodiffuseur public, lui permet de produire des émissions pour lesquelles il n'y a pas nécessairement un marché immédiat.

M. Hanrahan: Une dernière question. À la page 3 de votre mémoire, vous soutenez que la concurrence accrue entre le radiodiffuseur public et les radiodiffuseurs privés a nui à la radiodiffusion publique. Pourriez–vous nous expliquer ce que vous entendez par là?

M. Kelly: Volontiers. Ce qu'il faut entendre par là, c'est que Radio–Canada, à titre de radiodiffuseur public, a aussi dû compter sur la publicité comme source de revenus commerciaux; il lui a fallu faire des choix au sujet de sa programmation et opter soit pour le respect de son mandat, soit pour l'augmentation de ses revenus par le moyen de la publicité. Radio–Canada tire une part importante de ses revenus de la diffusion de comédies de situation américaines comme les radiodiffuseurs privés. La concurrence que se livrent Radio–Canada et les radiodiffuseurs commerciaux pour la radiodiffusion des événements sportifs constitue un autre exemple de ce phénomène.

M. Ianno (Trinity—Spadina): Je vous remercie de votre exposé.

J'ai plusieurs questions à vous poser. Comme je siège depuis peu à ce comité, j'ignore un certain nombre de choses, dont la composition de la CCA. Pourriez–vous me renseigner?

M. Kelly: Tant les syndicats culturels que les producteurs appartiennent à la CCA. Parmi ceux–ci, notons l'ACTRA, l'Union des artistes, la «Canadian Actors' Equity Association», la Fédération américaine des musiciens des États–Unis et du Canada, l'Association canadienne de production de film et télévision, l'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement, l'«Association of Canadian Publishers» ainsi que certains organismes de producteurs. . .

M. Ianno: Je voulais simplement avoir une idée des producteurs qui appartiennent à l'association. Je suppose que si Radio–Canada cessait de couvrir les événements sportifs professionnels et abandonnait les émissions qui sont entièrement financées par la publicité, cela entraînerait des pertes de 300 millions de dollars.

M. Kelly: Oui.

M. Ianno: Je suppose que vous voudriez réduire les frais de programmation de Radio–Canada et acheter des produits des membres de votre association. De ces 300 millions de dollars, quel part doit–on attribuer au sport professionnel, frais de publicité compris?

[*Texte*]

Mr. Kelly: The CBC released some data last evening on this issue. I haven't yet had a chance to study it. We've asked for information and they said it would be available. I understand they have released some information.

Mr. Ianno: You made your recommendations without the facts of what you think the actual profit on that side of things would be.

Mr. Kelly: Yes, I suppose that's right.

Mr. Ianno: We don't know if it's $50 million, $100 million, or $150 million out of that $300 million. Is that correct?

Mr. Kelly: That's correct.

Mr. Ianno: What number would you feel comfortable with in terms of your gut? When you wrote your paper, you had to come with some basis to say cut this without taking into account the economics.

Mr. Kelly: The recommendation was not really based purely on economics as much as the notion of creating a mandate for the CBC—

Mr. Ianno: So economics has no basis to the presentation.

Mr. Kelly: Oh yes, it does.

Mr. Ianno: Just a specific part of the $300 million.

Mr. Murray Krantz (Policy Analyst, Canadian Conference of the Arts): We have asked repeatedly for information from the CBC, and this is one of the difficulties we have faced.

Mr. Ianno: In other words—I'm just throwing a number out of the air, so I haven't a clue whether I'm right or wrong—if it cost $50 million to purchase the sports production they put on and they made a $250 million profit, and I guess considering the $1.1 billion that the government gives, if somehow or other that advertising side was taken away that means we'd have to include another $250 million just to keep it where it is right now today. Correct?

Mr. Kelly: We would have to find revenue from somewhere. We have a proposal that would effectively do that from non–tax–base sources.

Mr. Ianno: What would that be, briefly?

• 0945

Mr. Kelly: Briefly? Essentially, as part of the Broadcasting Act it requires that broadcasters and program delivery services make an investment in the Canadian broadcasting system. The CRTC, for example, recently instructed the cable industry to create a $300 million cable production fund, which it makes available to producers to help them develop programming. With the profusion of new technologies coming—

Mr. Ianno: Sorry. I guess what I am trying to figure out is this. When someone is giving us recommendations about cutting and changing, I want to know where they are getting their economics from, because that will give us as a committee some indication, if we are to take seriously their presentation on that side of things, how they have come to it. If it's a good idea, then maybe we can take some of that forward.

[*Traduction*]

M. Kelly: Radio–Canada a rendu publiques des données à ce sujet hier soir. Je n'ai pas encore eu l'occasion de les étudier. Nous avions réclamé cette information, car on nous avait dit qu'elle était disponible. Ces données ont apparemment été rendues publiques.

M. Ianno: Vous avez présenté des recommandations sans évaluer les profits que l'on tire de cette programmation.

M. Kelly: Je suppose que vous avez raison.

M. Ianno: Nous ne savons donc pas si cela représente 50, 100 ou 150 millions sur ces 300 millions de dollars, n'est–ce pas?

M. Kelly: C'est exact.

M. Ianno: Quel chiffre avanceriez–vous? Lorsque vous avez rédigé votre mémoire, vous avez bien dû faire des suppositions pour recommander certaines compressions.

M. Kelly: La recommandation ne se fonde pas tant sur des principes financiers que sur le désir de créer un mandat pour Radio–Canada. . .

M. Ianno: Votre exposé ne se fonde donc pas du tout sur des considérations financières.

M. Kelly: Oh oui.

M. Ianno: Qu'en est–il de ces 300 millions de dollars?

M. Murray Krantz (analyste des politiques, Conférence canadienne des arts): Nous avons à plusieurs reprises demandé de l'information de Radio–Canada, et c'est l'un des problèmes auxquels nous avons fait face.

M. Ianno: Je vais citer un chiffre au hasard, mais je n'ai aucune idée s'il est juste ou non. Supposons qu'il en coûte à Radio–Canada 50 millions de dollars pour acheter les émissions sportives qu'elle diffuse et que cela lui rapporte 250 millions de dollars de profit. Le gouvernement verse 1,1 milliard de dollars à Radio–Canada, de sorte que si la Société perdait ses revenus, il faudrait que le gouvernement compense cette perte en lui versant 250 millions de dollars de plus, n'est–ce pas?

M. Kelly: Il nous faudrait trouver ces revenus ailleurs. Notre proposition permettrait de trouver ces revenus sans avoir à recourir à l'impôt.

M. Ianno: Pouvez–vous nous la décrire brièvement?

M. Kelly: Brièvement? La Loi sur la radiodiffusion exige que les radiodiffuseurs et les services de diffusion des programmes investissent dans la programmation canadienne. Le CRTC, par exemple, a récemment enjoint aux câblodistributeurs de créer un fonds de production de 300 millions de dollars pour favoriser la production d'émissions canadiennes. Avec toutes les nouvelles technologies qui se profilent à l'horizon. . .

M. Ianno: Excusez–moi. Voici ce que j'aimerais vraiment savoir. Lorsqu'on nous recommande des réductions et des changements, nous voulons savoir si elles se fondent sur une analyse financière de la situation de manière à ce que nous sachions si nous pouvons les prendre au sérieux. Si ces recommandations nous paraissent utiles, nous leur donnerons peut–être notre aval.

[*Text*]

Out of the $140 million the cable industry makes as a profit, how much can we tax out of that? None?

Mr. Kelly: Our proposal is not based on taxes. This is exactly what I was trying to explain to you. As a cost, or as a contribution for being part of the broadcasting or program delivery service industry, those services are required to make an investment back into Canada. For example, with this $300 million fund the CRTC instructed the cable industry to set up, the cable industry are hiring an executive director, they are setting up an office, and they're going to be doling out this money to productions.

Mr. Ianno: How does that help—

Mr. Kelly: This is complicated. The telephone companies are about to be admitted to the broadcasting family. We have DTH coming—direct–to–home satellite services. We have commercial applications of the information highway. If they were all required to make that investment and they were directed to make it into national institutions instead of controlling the investments themselves, we could direct non–tax–base revenue into institutions such as the Canada Council, CBC, Telefilm Canada, which are administered at arm's length not only from the government but from the principal investors themselves.

Mr. Ianno: Is that the same as giving to programming, or as giving to delivery?

Mr. Kelly: Both. For example, if the CBC were to abandon advertising and really to look at their principle and we found other ways to undertake the distribution, they could devote the additional resources made from these investments to improving their productions.

Mr. Ianno: How long will it take for this change to take place, four or five—

Mr. Kelly: No—

The Chairman: I am afraid I am going to have to intervene at this point and move along to Mr. Gallaway.

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): I have two very brief questions. In your recommendations you stated the CBC should not rely on U.S. programming but instead should have high–quality programming as an alternative. You also said the CBC should broadcast no sports but instead fill that time with, among other things, documentaries.

One of the things we keep grappling with here is the question of the mandate of the CBC. I am trying to look at it from a much more subjective perspective. Who determines what high–quality programming is?

Mr. Kelly: The audience.

Mr. Gallaway: Okay. Do you think, then, high–quality American programming, whatever that might mean. . .do you think American programming in Canada gets higher audience ratings than Canadian programming?

Mr. Kelly: I think they get higher advertising revenues. At least this is what the CBC says: American programming draws a higher advertising revenue than Canadian programming.

[*Translation*]

Les câblodistributeurs font 140 millions de dollars de profits et qu'est–ce que cela rapporte en impôt au gouvernement? Rien?

M. Kelly: Notre proposition n'est pas fondée sur des recettes fiscales. C'est exactement ce que j'essaie de vous expliquer. Les services de diffusion sont tenus d'investir dans la programmation canadienne. Grâce à ce fonds de 300 millions de dollars que le CRTC a enjoint aux câblodistributeurs de créer, ceux–ci ont engagé un directeur administratif, ouvert un bureau et vont accorder des subventions aux réalisateurs.

M. Ianno: Cela aide–t–il. . .

M. Kelly: C'est compliqué. Les compagnies de téléphone sont sur le point de se joindre à la famille des radiodiffuseurs. La radiodiffusion directe du satellite au foyer est maintenant une réalité. L'autoroute de l'information comporte des applications commerciales. Si on exigeait de tous les intervenants qu'ils dirigent leur investissement vers les institutions nationales au lieu de leur en laisser la gestion, des recettes non fiscales iraient ainsi à des institutions comme le Conseil des arts du Canada, Radio–Canada et Téléfilm Canada qui n'ont pas de lien de dépendance ni avec le gouvernement, ni avec les principaux investisseurs eux–mêmes.

M. Ianno: Cela revient–il à investir dans la programmation ou dans la diffusion?

M. Kelly: Dans les deux. Ainsi, si Radio–Canada devait renoncer à la publicité et vraiment s'interroger sur les façons d'assurer la distribution de ses émissions, ces ressources additionnelles pourraient être affectées à l'amélioration de celles–ci.

M. Ianno: Combien de temps faudra–t–il pour mettre en oeuvre ce changement, quatre ou cinq. . .

M. Kelly: Non. . .

Le président: Je regrette de devoir vous interrompre. Je dois maintenant donner la parole à M. Gallaway.

M. Gallaway (Sarnia—Lambton): J'ai deux brèves questions à poser. Vous recommandez que Radio–Canada cesse de compter sur les émissions américaines et s'efforce plutôt de produire des émissions de grande qualité. Vous soutenez aussi que Radio–Canada devrait cesser de diffuser des émissions sportives et les remplacer par des documentaires.

Nous revenons constamment à la question du mandat de Radio–Canada. J'essaie de l'aborder de façon beaucoup plus subjective. Qui peut juger si une émission est de grande qualité ou non?

M. Kelly: Les téléspectateurs.

M. Gallaway: Je vois. Pensez–vous que la cote d'écoute des émissions américaines de grande qualité est supérieure à celle des émissions canadiennes de même calibre?

M. Kelly: Ces émissions génèrent des revenus publicitaires plus élevés. C'est du moins ce que soutient Radio–Canada, soit que les émissions américaines génèrent des revenus publicitaires plus élevés que les émissions canadiennes.

[*Texte*]

Mr. Gallaway: Do you think there is a correlation between advertising revenue and audience?

Mr. Kelly: Yes.

Mr. Gallaway: I have one more very quick question. It has to deal with a recommendation you made. One of the comments you made was something to the effect that there must be an amendment to the Copyright Act to ensure artists—and producers, I assume—are protected. I am assuming. . .or maybe you can confirm it. Are you referring to the neighbouring rights legislation?

• 0950

Mr. Kelly: We're referring to reform of copyright legislation, which would include neighbouring rights, performing rights, and a royalty on blank taping materials.

Le président: Madame Gagnon.

Mme Gagnon (Québec): On sait que les cotes d'écoute de *CBC* sont de 12 à 13 p. 100. Comment pourrait–on augmenter l'auditoire du côté du Canada anglais? Pensez–vous que l'on pourrait investir un peu plus d'argent du côté anglais pour aller chercher un plus grand auditoire?

Mr. Kelly: For a public broadcaster, from our point of view on the notion of seeking a larger and larger audience share, if the production values are high, people will watch it. One of the things with the sort of competitive programming we see with some of the commercial broadcasters is that in this kind of multi–channel universe people don't have to watch the CBC to watch some of their favourite programming, so the challenge is for the CBC to develop distinctive programming that can build an audience base so that people will turn to the CBC. The audience figures are disappointing, I'm sure, even for the CBC, but I'm very confident that they can be developed.

I think the uniqueness of the service is what is going to attract audiences, not trying to look like every other broadcast service that's out there.

Mr. de Jong (Regina—Qu'Appelle): I wish to congratulate the CCA on just an excellent brief, one that provokes a lot of thought and makes some very innovative suggestions and recommendations. I think the committee, when we're preparing our report, should look closely at some of the recommendations, particularly in the areas of recommending public disclosure, and some of the recommendations on new non–tax sources of revenue for the CBC.

I'd like to zero in on your recommendations that the CBC should remove itself from the affiliates and, as well, that the CBC should get out of transmitting. Some have suggested to us that the CBC should get out production and that it should all be done by private production. I note, though, that in your recommendations you are also recommending increased use of private production.

I think the interesting concept that this committee should spend some time on and explore is that the CBC get out of transmitting. How would you see CBC programs being carried if the CBC wasn't involved in direct transmission? By this I assume you mean television rather than radio. Or would it also include radio? How would CBC programming be transmitted? With the CBC getting out of transmitting, would it still be able to live up to its mandate? Would it still be able to reach the

[*Traduction*]

M. Gallaway: Y a–t–il, à votre avis, un lien entre les revenus publicitaires et la cote d'écoute?

M. Kelly: Oui.

M. Gallaway: J'ai une dernière très brève question à poser. Elle a trait à l'une de vos recommandations. Vous avez en effet recommandé de modifier la Loi sur le droit d'auteur pour protéger les artistes, et les réalisateurs, je suppose. Je présume et vous pouvez peut–être me le confirmer. . . Faites–vous allusion à la Loi sur les droits voisins?

M. Kelly: Nous songeons à la refonte de la Loi sur le droit d'auteur, ce qui comprend les droits voisins, les droits d'interprétation et les droits sur les bandes vierges.

The Chairman: Mrs. Gagnon.

Mrs. Gagnon (Québec): We know that CBC's audience ratings are around 12 or 13%. How could we increase those ratings in English Canada? Do you think we should invest more funds for English programming in order to increase audience ratings?

M. Kelly: Nous sommes d'avis que la seule façon pour le radiodiffuseur public d'augmenter ses cotes d'écoute, c'est de produire des émissions de qualité que les gens souhaiteront regarder. En raison de la concurrence qui existe avec les radiodiffuseurs commerciaux et de la multiplication des canaux, les téléspectateurs n'ont plus à regarder Radio–Canada pour suivre leurs émissions favorites et le défi que le radiodiffuseur public doit relever c'est d'offrir des émissions qui sachent plaire aux téléspectateurs. Les cotes d'écoute sont en effet décevantes, et la Société Radio–Canada elle–même ne doit pas en être satisfaite, mais je suis convaincu qu'elles peuvent être améliorées.

À mon avis, la seule façon pour Radio–Canada d'augmenter ses cotes d'écoute, c'est d'offrir à son auditoire des émissions qui se distinguent clairement de celles de ses concurrents.

M. de Jong (Regina—Qu'Appelle): J'aimerais féliciter la CCA de son excellent mémoire qui donne beaucoup à réfléchir et qui propose des suggestions et des recommandations novatrices. Au moment de rédiger son rapport, le comité devrait étudier sérieusement ces recommandations, en particulier celles qui portent sur la divulgation de certains renseignements ainsi que celles qui ont trait aux nouvelles sources de recettes non fiscales sur lesquelles pourrait compter Radio–Canada.

J'aimerais que nous discutions des recommandations voulant que Radio–Canada abandonne ses postes affiliés et cesse ses activités de transmission. Certains préconisent que Radio–Canada cesse de réaliser des émissions, secteur qui devrait être la chasse gardée des sociétés privées. Je constate que vous recommandez également que Radio–Canada ait davantage recours à des émissions produites par des réalisateurs privés.

Je crois que le comité devrait étudier plus à fond l'idée que Radio–Canada cesse ses activités de transmission. Comment les émissions de Radio–Canada seraient–elles diffusées si elle abandonne ses activités de transmission directe? Je suppose que vous songez à la télévision plutôt qu'à la radio. Ou cette recommandation s'applique–t–elle aussi à la radio? Comment proposez–vous que Radio–Canada diffuse ses émissions? Si elle se retirait de ce secteur, pourrait–elle continuer à remplir son

[*Text*]

same number of people, especially in remote communities? Would the CBC still be able to carry out its mandate if it wasn't into direct broadcasting?

Mr. Kelly: First of all, we always make the recommendation that it make better use of independent production.

In terms of the distribution function, we understand that the CBC is actually actively exploring new partnerships with potential new distributors so that it could get out of distribution, and we certainly encourage it to continue those discussions. Again, these are medium–to long–term solutions. They're not solutions that could be implemented tomorrow.

When the telephone companies become broadcasters, or when DTH steps up, when other program delivery services appear, we could conceivably, as part of their licence to operate, structure a clause that would allow the CBC to reach levels of penetration similar to those it reaches now, by undertaking the direct transmission, and relieve it of the cost of doing that so it can channel those costs where Canadians can see them, which is in the production and programming side.

[*Translation*]

mandat? La Société pourrait–elle continuer de rejoindre le même auditoire, en particulier dans les collectivités éloignées? Si elle ne faisait plus de radiodiffusion directe, Radio–Canada pourrait–elle continuer de remplir son mandat?

M. Kelly: J'aimerais d'abord souligner que nous avons toujours recommandé que la Société Radio–Canada ait davantage recours aux réalisateurs indépendants.

Pour ce qui est de son rôle de distributeur, il paraît que Radio–Canada envisage la possibilité de conclure des ententes avec des distributeurs privés, ce qui lui permettrait de se retirer de ce secteur. Il s'agit encore une fois de solutions à moyen et à long terme. Elles ne pourraient pas être mises en oeuvre du jour au lendemain.

Lorsque les compagnies de téléphone deviendront des radiodiffuseurs ou lorsque la SRD du satellite au foyer se répandra et lorsque d'autres services de diffusion existeront, nous pourrions sans doute leur fixer comme condition de l'obtention d'une licence d'exploitation qu'elles fassent en sorte que Radio–Canada puisse rejoindre le même auditoire que maintenant. En se retirant du secteur de la transmission directe, Radio–Canada pourrait affecter les économies ainsi réalisées dans le domaine de la réalisation et de la programmation, soit dans les secteurs les plus visibles.

• 0955

The Chairman: I understand from your brief how you think the necessity to be commercial has distorted the purpose of CBC television, and English television in particular, with regard to sports. How do you think having advertising on the news or *Man Alive* actually distorts the mission? What's wrong with that? How does it get in the way? Do you think having it in the magazine portion of the 10 p.m. news makes them do things they wouldn't otherwise do?

Mr. Kelly: Well, you could say that there should be no advertising during sports or prime–time programming and that it should be restricted to the news and *Man Alive*, but that would be creating a very real difficulty for the CBC.

The Chairman: How is it creating a difficulty for the CBC?

Mr. Kelly: They would then be restricted in their ability to advertise in positions to which it would be very difficult to attract advertisers. So it cannot be restricted to certain advertising and certain programming spots. I really feel there has to be either no advertising or advertising as the primary motivation.

The Chairman: It is now. They don't have it on the front end of the news, but they do at the back. Why does it have to be all or nothing? As long as it's not distorting the purpose of the CBC, why shouldn't they have advertising?

Le président: D'après ce que vous dites dans votre mémoire, vous estimez que la nécessité pour Radio–Canada de fonctionner comme une entreprise commerciale a déformé sa vocation dans le domaine de la télévision, la télévision anglophone en particulier, et cela en ce qui concerne les sports. Pourquoi estimez–vous que le fait d'avoir de la publicité pendant les nouvelles ou l'émission *Man Alive* modifie la mission de Radio–Canada? Et pourquoi cela serait–il mauvais? Pourquoi est–ce un obstacle? Pourquoi croyez–vous que la publicité pendant le journal télévisé de 22 heures oblige la Société à faire les choses de façon différente de ce qu'elle voudrait?

M. Kelly: On pourrait décider qu'il ne devrait pas y avoir de publicité pendant les sports ou aux heures de grande écoute et que celle–ci devrait être réservée aux nouvelles et à *Man Alive* par exemple, mais cela créerait des problèmes certains pour Radio–Canada.

Le président: Comment?

M. Kelly: La Société serait empêchée de faire de la publicité et il serait très difficile d'attirer des publicitaires. On ne peut pas se cantonner dans certains genres de publicité et il faut soit interdire complètement la publicité ou l'interdire comme mobile premier.

Le président: C'est ce qui se passe à l'heure actuelle. Il n'y a pas de publicité au début des nouvelles, mais bien à la fin. Pourquoi est–ce qu'il faudrait adopter une politique de tout ou rien? Pour autant que cela ne déforme pas la mission de Radio–Canada, pourquoi devrait–on procéder par interdiction?

[*Texte*]

Mr. Kelly: But some of the programming choices. . .and the CBC will say this out loud, and they have at the CRTC hearings, for example. When we talked about the afternoon block of American reruns, they said that this is a very high revenue earner in terms of advertising and it allows them to cross–subsidize other things. Certainly that is the view on advertising on sports programming.

The Chairman: I'm asking why it has to be one or the other. In other words, why can't you just keep the advertising for things that don't seem to distort the purpose of the CBC, for which there doesn't seem to be competition, and surrender it for others? I don't see why you're going to forgo $300 million of revenue, just like that.

Mr. Kelly: One of the things we want to do is ensure that we'll come up with a long–term solution that will put some stability in the CBC. The fragmentation of audiences is going to continue in a 500–channel universe, and in the best scenario it's going to be harder and harder for broadcasters to increase commercial revenue. A lot of your energies become directed at that goal. Let's say that we have the will to have an effective national public broadcaster and let's relieve them of the responsibility of competing with the private broadcasters for advertisers and find in other ways the revenue to support the development of the CBC.

Mme Tremblay: Si on suit votre argument, si on donne le revenu de la publicité au privé, êtes–vous capable de me garantir, ce matin, de votre siège, que cet argent va contribuer à améliorer la télévision privée, plutôt qu'à rendre plus riches les propriétaires de l'entreprise privée? Où va aller le 300 millions de dollars? Dans leurs poches, ou dans nos têtes?

M. Tom Peddie (vice–président senior, Opérations et chef des finances, CTV Television Network): Je ne peux répondre à cette question, mais je suis certain que Peter O'Neill de CTV pourrait y répondre en quelques secondes.

The Chairman: What a nice segue. On that note, we'll end this portion.

Mrs. Tremblay: Fade out.

The Chairman: Yes, fade to black. We'll have a three–minute break.

• 1000

[*Traduction*]

M. Kelly: Certains choix de programmation. . .et Radio–Canada le dira clairement et ouvertement, et c'est d'ailleurs ce que la Société a fait au cours des audiences du CRTC, par exemple. Lorsque nous avons parlé de toute la période de l'après–midi consacrée aux reprises américaines, Radio–Canada a dit qu'il s'agissait là d'émissions qui généraient pas mal de recettes de publicité et que ça lui permettait de subventionner d'autres programmes. C'est en tout cas comme cela qu'elle envisage la publicité dans le domaine des sports.

Le président: Pourquoi est–ce que cela doit être l'un ou l'autre. En d'autres termes, pourquoi ne peut–on pas réserver la publicité aux programmes qui ne modifient pas la mission de Radio–Canada, c'est–à–dire quand il n'y a pas de concurrence de la part d'autres radiodiffuseurs, et l'abandonner dans les autres cas? Je ne vois pas pourquoi on devrait tout simplement abandonner 300 millions de dollars de recettes.

M. Kelly: Une des choses que nous voulons faire, c'est nous assurer d'une solution à long terme qui sera gage de stabilité pour Radio–Canada. La fragmentation du public ne fera que continuer dans un univers de 500 canaux et même si les choses vont bien, il sera de plus en plus difficile pour les radiodiffuseurs d'augmenter leurs recettes commerciales. Et pourtant nous voulons faire tout ce qui est possible pour avoir un radiodiffuseur public national efficace; nous voulons faire en sorte qu'il ne soit plus obligé de faire concurrence pour la publicité aux radiodiffuseurs privés; nous voulons trouver une autre façon d'obtenir les recettes qui appuieront l'essor de la Société Radio–Canada.

Mrs. Tremblay: If we follow your reasoning, if the private sector gets the revenue from advertisement, could you guarantee me here this morning that that money will make private television better and not make its owners richer? In other words, will these $300 million go directly into their pockets or into the programs we can see on TV?

Mr. Tom Peddie (Senior Vice–President, Operations and Chief Financial Officer, CTV Television Network): I cannot answer this question, but I'm sure that Peter O'Neill of CTV could answer it in a few seconds.

Le président: Quelle bonne suite. Sur cette note, nous allons terminer cette portion de la séance.

Mme Tremblay: Fermeture en fondu.

Le président: Oui, fondu au noir. Nous allons prendre une pause de trois minutes.

• 1004

The Chairman: Ladies and gentlemen, we have a lot to accomplish in 55 minutes. I know there's a great deal of interest in the presentations that are about to be made.

I want to welcome both the representatives of CTV and of TVA. I'm going to suggest that the presentations follow each other, one after the other, and then we'll get right into the questions. So the committee members can address whomever they wish. Otherwise, we're going to be breaking up our questioning time in a rather inefficient way.

Le président: Mesdames et messieurs, nous avons beaucoup de pain sur la planche au cours des 55 prochaines minutes. Je sais que les deux exposés qui vont être faits susciteront beaucoup d'intérêt.

Je souhaite donc la bienvenue aux représentants de CTV et de TVA. Je propose que vous donniez vos exposés l'un après l'autre, pour ensuite passer directement aux questions. De cette façon, les membres du comité pourront poser leurs questions à la personne de leur choix. Sinon, nous allons diviser le temps prévu pour les questions d'une façon assez inefficace.

[*Text*]

Mr. Cassaday, welcome. We're certainly fascinated by what you have to say. We're fascinated by what all witnesses have to say. Please introduce your team and make your opening remarks.

Mr. John Cassaday (President and Chief Executive Officer, CTV Television Network Limited): Our colleagues from TVA will kick things off this morning. I would turn it over to André, and then I'll introduce my team, if that's okay with you.

M. André Provencher (directeur général, Développement et affaires réglementaires, Réseau TVA): Monsieur le président, je suis accompagné, ce matin, de M. Michel Bissonnette qui est le directeur général des communications du Réseau TVA. Mon nom est André Provencher et je tiens à vous dire que M. Crevier, le président de TVA, aurait bien aimé être avec vous ce matin mais, malheureusement, il est retenu au chevet de son père qui est très malade. Il m'a prié de l'excuser et de présenter ces remarques en son nom.

Monsieur le président, mesdames et messieurs les députés, je vous remercie de votre invitation à venir partager nos vues sur l'avenir de la Société Radio–Canada. En se présentant pour la première fois ensemble, mon collègue de CTV et moi désirons faire ressortir que la télévision canadienne, au–delà des considérations régionales et linguistiques, forme un tout. Nous voulons engager ici un débat qui permette au système canadien d'entrevoir une nouvelle phase de prospérité dans le contexte de notre économie et dans le prochain univers des 500 canaux.

Le système canadien de radiodiffusion repose depuis toujours sur deux piliers fondamentaux, les télévisions publiques et privées. Ils soutiennent ensemble une activité économique et culturelle d'environ 3 milliards de dollars cette année. Les législateurs ont fait de l'intérêt public la seule raison d'être de notre système et les radiodiffuseurs publics et privés sont tenus d'y concourir de manière distincte et complémentaire.

Comme chef de file de la télévision francophone au pays, le Réseau TVA a joué un rôle important à l'égard de l'intérêt public. Il a contribué à façonner une industrie de la radiodiffusion parmi les plus enviées dans le monde. Malgré la taille restreinte du marché qu'il dessert, le Réseau TVA se situe au deuxième rang de l'ensemble des réseaux canadiens pour les heures de visionnement consacrées à sa programmation. Chaque année, il génère la production d'environ 3 500 heures d'émissions canadiennes, soit à peu près l'équivalent du réseau français de Radio–Canada. La station de tête du réseau, CFTM–Montréal, est la plus regardée dans tout le Canada.

La programmation du Réseau TVA se rassemble autour de deux pôles majeurs, la qualité et la popularité. Un sondage réalisé ce mois–ci par la maison Crop fait la preuve que les téléspectateurs francophones attribuent aux émissions de TVA une note d'excellence. De fait, les téléspectateurs évaluent de manière tout à fait comparable les émissions de Radio–Canada et de TVA, notre réseau obtenant toutefois la meilleure note pour les émissions jugées de très bonne qualité.

[*Translation*]

• 1005

Monsieur Cassaday, je vous souhaite la bienvenue. Nous serons sans doute fascinés par vos remarques. Nous sommes toujours fascinés par les remarques de tous nos témoins. Je vous prie de présenter les membres de votre équipe et de faire votre déclaration liminaire.

M. John Cassaday (président et chef de la direction, CTV Television Network Limited): Ce sont nos collègues du réseau TVA qui vont démarrer le débat ce matin. Je donne la parole à André, et après ses remarques, je vais présenter les membres de mon équipe, si cela vous convient.

Mr. André Provencher (Executive Director, Development and Regulatory Affairs, Réseau TVA): Mr. Chairman, I have Mr. Michel Bissonnette with me this morning. He is the Executive Director of Communications at the TVA network. My name is André Provencher, and I must tell you that the president of TVA, Mr. Crevier, would have liked to have been with you this morning, but unfortunately, his father is very ill, and so he is at his father's bedside. He asked me to apologize and to give this statement on his behalf.

Mr. Chairman, ladies and gentlemen, members of the committee, thank you very much for inviting us to share our views on the future of Radio–Canada. In appearing for the first time together, my CTV colleague and I wish to make it clear that, beyond regional and linguistic considerations, Canadian television is one entity. We wish to open a discussion that will allow the Canadian system to anticipate a new era of prosperity in the current economic situation and in the coming 500–channel universe.

The Canadian broadcasting system has always been built on two fundamental pillars: public and private television. Together, they are supporting about $3 billion worth of economic and cultural activity this year. Our legislators have made the public interest the only raison d'être of our system, within which public and private broadcasters are obliged to compete in a distinct and complementary manner.

As Canada's leading French–language television network, TVA has played an important role with regard to the public interest. It has helped shape a broadcasting industry that is among the most envied in the world. Despite the limited size of the market it serves, TVA is the second most watched Canadian network. Every year, it generates the production of some 3500 hours of Canadian shows, about the equivalent of Radio–Canada. CFTM in Montreal, our flagship station, has the highest viewership in all of Canada.

TVA's programming revolves around two major themes: quality and popularity. A survey conducted earlier this month by the Crop polling firm, confirmed that French–speaking viewers think TVA's shows are excellent. In fact, viewers give fully comparable marks to Radio–Canada and TVA shows. However, they say our network provides more shows they consider to be of very high quality.

[*Texte*]

Comme le démontre le présent tableau, les francophones perçoivent souvent sur un même pied les programmations de l'un et de l'autre lorsqu'il s'agit de leur accoler des qualificatifs particuliers. Selon Crop, les francophones situent au même niveau les émissions de Radio–Canada et de TVA pour ce qui est de la qualité. De même, leur programmation informe et reflète les valeurs des téléspectateurs et correspond à leurs besoins de façon comparable. Cependant, TVA se distingue lorsque les téléspectateurs évaluent chaque programmation sur les critères de la popularité et de la nouveauté des idées.

Nous sommes conscients que ces résultats s'expliquent en partie par l'émulation entre les partenaires de la télévision francophone. Toutefois, ils ont également été arrachés au prix d'une santé financière aujourd'hui délicate qui pourrait diminuer dans l'avenir notre capacité de contribuer à l'intérêt public et l'essor de la télévision canadienne.

Les idées que nous venons exprimer devant vous se rattachent à un seul besoin, celui de mettre en place des conditions qui permettront aux secteurs public et privé de se compléter dans l'intérêt de tous les Canadiens.

Selon la loi qui nous gouverne, le principe de la complémentarité définit les rapports entre les secteurs public et privé. Or, depuis plusieurs années déjà, la Société Radio–Canada et les télédiffuseurs privés se livrent plutôt à une concurrence sans merci et les résultats n'en sont pas tous réjouissants. Les programmations se différencient de moins en moins, la diversité des programmes s'appauvrit et la santé financière des entreprises tant publiques que privées est durement compromise.

Par défaut de mandat clair et de règles équitables, la télévision francophone est ainsi mal préparée à relever les défis de l'avenir, de la fragmentation qui caractérise l'univers des 500 canaux.

Pour les fins de notre discussion nous avons relevé au cours des récentes années la provenance de certaines émissions offertes sur les réseaux francophones.

[*Traduction*]

As this chart indicates, francophones often perceive the two networks' programming to be equal when it comes to particular qualifiers. According to the Crop survey, francophones give Radio–Canada and TVA shows the same marks for quality. In the same way, the two networks' programming is comparable in the way it informs, reflects viewers' values and meets their needs. However, TVA stands apart when viewers evaluate each network's programming on the criteria of popularity and innovative ideas.

We are aware that part of the reason for these results is due to French–language television partners emulating each other. But these results have also been won at the high cost of our delicate financial health, which in future could reduce our ability to contribute to the public interest and to the development of Canadian television.

The ideas we wish to discuss are linked to a single need: to create conditions that will allow the public and private sectors to complement one another, in the interest of all Canadians.

According to the law that governs us, relations between the public and private sectors are subject to the principle of complementarity. For several years, the CBC and private broadcasters have, for the most part, been competing ruthlessly. And the results have not always been encouraging. There are fewer and fewer differences in the programming, the diversity of programs is suffering, and the financial health of both the public and private corporations is seriously compromised.

For want of clear mandates and equitable rules, French–language television is, as a result, ill–prepared to meet the challenges of the future and the fragmentation of the 500–channel universe.

For discussion purposes, we will examine the nature of some shows on the French–language network in recent years.

• 1010

Compilé à partir des données fournies par Statistique Canada, le tableau que vous voyez montre que la Société Radio–Canada a diffusé, de 1985 à 1992, près de 41 p. 100 de l'ensemble des émissions consacrées aux sports, par rapport à TQS, 32 p. 100 et TVA, 26 p. 100.

Lorsqu'on met ces données en relation avec les désirs exprimés par les francophones dans l'enquête Crop on se rend compte que Radio–Canada est le premier à offrir aux téléspectateurs ce qu'ils désirent le moins. La catégorie du sport est en effet celle à laquelle les téléspectateurs tiennent le moins au réseau public et c'est aussi celle qu'ils jugent trop représentée dans la grille de Radio–Canada.

À l'inverse, les francophones ont répondu aux enquêteurs de Crop que l'information devrait être la première préoccupation de la Société Radio–Canada. Or, vous serez sans doute surpris de constater que la contribution la plus substantielle provient en effet du réseau TVA. Pour la même période, soit de 1985 à 1992, 32 p. 100 des émissions d'information disponibles à travers la télévision francophone ont été présentées à notre antenne contre seulement 26 p. 100 à Radio–Canada.

Compiled using data supplied by Statistics Canada, the chart you see here shows that, from 1985 to 1992, Radio–Canada broadcast nearly 41% of all sports shows, while Télévision Quatre Saisons presented 32% and TVA, 26%.

Comparing these figures with the expressed desires of francophones interviewed by CROP, we see that Radio–Canada is the leader in providing viewers with what they least want. Sports is, in fact, the category viewers care least about when it comes to the public network and the one they believe is over–represented in the CBC's daily listings.

Inversely, francophone respondents to the CROP survey say that news and information should be Radio–Canada's main concern. You will no doubt be surprised to note that it is in fact TVA that contributes the most substantial amount in this category. For the same period, 1985 to 1992, we broadcast 32% of the news and information shows available on French–language television, compared with only 26% for Radio–Canada.

[*Text*]

Vous pensez peut–être que c'est le monde à l'envers car il devrait appartenir en principe au réseau public d'être le fer de lance dans le domaine de l'information. Pour notre part, nous voyons dans ces données l'indication que la Société Radio–Canada subordonne l'intérêt public à la popularité de ses émissions. Il vaut mieux bien sûr que l'auditoire rejoint soit le plus élevé, mais ceci doit être un résultat, non pas un objectif.

Si, par exemple, Radio–Canada diffuse *Les filles de Caleb* au nom d'objectifs culturels, que la série s'avère un énorme succès populaire, nous applaudissons et nous disons tant mieux. Toutefois, lorsque Radio–Canada acquiert les droits de diffusion d'un événement sportif américain, simplement parce qu'il sera populaire et sans y introduire une valeur ajoutée significative, nous avons du mal à comprendre comment l'intérêt public est servi.

Pour demeurer au service de l'intérêt public et de la politique canadienne, la bonne santé financière des secteurs public et privé est essentielle. Elle nécessite également un climat de saine concurrence mais nous devons revoir absolument les conditions qui l'entourent. Les quelques propositions que nous esquissons aujourd'hui sont neuves, originales et concrètes, mais forcément incomplètes. Pour nous inspirer, nous avons tenté de comprendre comment d'autres pays, dont la Nouvelle–Zélande, la Finlande, la Norvège, le Royaume–Uni, l'Australie, les États–Unis et la France abordaient le XXI^{e} siècle dans le domaine de la radiodiffusion.

Les mécanismes que nous proposons permettront, à notre avis, d'assurer plus systématiquement la complémentarité entre tous les éléments du système canadien de radiodiffusion. Cela pourrait faire en sorte également que la programmation du radiodiffuseur public se distinguerait d'abord par sa valeur sociétale plutôt que par sa valeur commerciale.

TVA ne craint pas la concurrence. Il croit au contraire qu'elle peut servir l'intérêt public dans l'évolution de notre télévision, à certaines conditions cependant. D'abord que cette concurrence se développe dans un cadre équitable pour tous les joueurs. Plusieurs des pays auxquels nous avons fait référence plus tôt ont maintenant créé un environnement de ce type. Sinon, que la concurrence fasse l'objet de règles simples et précises afin de créer ce que nos collègues anglais appellent *a level playing field*. Enfin, que la concurrence redevienne ainsi subordonnée au principe essentiel de complémentarité, pierre d'assise de notre système.

À cet égard, la majorité des Québécois interrogés par la maison de sondage Crop, estiment que la télévision francophone est frappée par une situation de concurrence déloyale. Ils croient aussi que le gouvernement serait justifié de couper la subvention de la Société Radio–Canada, soit pour équilibrer les conditions du marché, soit pour réduire son déficit budgétaire. Cependant, les personnes interrogées s'opposent aussi à ce que le mandat de Radio–Canada soit limité de manière coercitive.

Il ne convient pas, pensons–nous aussi, d'empêcher totalement la Société Radio–Canada de diffuser des émissions de sport. Comme le lui demande la loi, elle a plutôt le devoir d'offrir dans l'intérêt public une programmation équilibrée et

[*Translation*]

You may be forgiven for thinking that something is badly out of whack here since, in principle, it should be the public network's job to lead the way in the area of news and information. What we see in these statistics is an indication that Radio–Canada is placing the public interest second to the popularity of its shows. All the better, certainly, if you win the highest audience. But this should be a result, not an objective.

If, for example, Radio–Canada broadcasts *Les filles de Caleb* in the name of culture and the series becomes a huge public hit, we say congratulations, good for you. But when Radio–Canada acquires the broadcast rights to an American sports event, simply because it is sure to be popular but brings no other significant added value, we have trouble understanding how this serves the public interest.

The good financial health of the public and private sectors is essential to the continued serving of the public interest and Canadian policy. This also requires a healthy competitive climate. But we must absolutely review the conditions for this competition. The few proposals we are outlining here today are new, original and concrete but, inevitably, incomplete. As inspiration, we have tried to understand how the broadcasting systems in other countries, including New Zealand, Finland, Norway, the United Kingdom, Australia, the United States and France, are approaching the challenges of the 21st century.

The mechanisms we are proposing will, we believe, ensure more systematic complementarity between all elements of the Canadian broadcasting system. This could in turn ensure that the public network's programming would be determined by its social, rather than commercial, value.

TVA is not afraid of competition. On the contrary, we believe it can serve the public interest as our television systems evolve, as long as certain conditions are met. First, competition must develop in a way that is equitable for all players. Several of the countries I referred to earlier have now created this type of environment. There must be simple, precise rules to achieve this, in order to create what our English–speaking colleagues call a level playing field. Finally, competition must again become secondary to the essential principle of complementarity, the foundation of our system.

In this regard, the majority of Quebecers questioned by CROP believe that French–language television has been hit by unfair competition. They also believe that the government would be justified in cutting Radio–Canada's grant, either to equalize the market conditions or to reduce its budget deficit. However, respondents are also opposed to the idea that Radio–Canada's mandate be limited coercively.

We also believe it does not make sense to completely prevent Radio–Canada from broadcasting sports shows. As the law requires, it should be providing, in the public interest, programming that is balanced and diversified in both form and

[*Texte*]

diversifiée dans sa forme et ses contenus. Également, nous croyons qu'il est possible, avec un minimum de règles et sans modifier en profondeur le système, de maintenir la concurrence et de restaurer le principe de complémentarité. TVA formule à cet égard cinq propositions.

– Le droit de préemption: Dans les catégories du sport professionnel, du cinéma, des séries et mini–séries américaines et des émissions spéciales de variétés, nous croyons qu'un droit de préemption devrait être accordé aux télédiffuseurs privés. Le législateur régit ainsi le système bancaire canadien en exigeant que la Banque fédérale de développement n'intervienne que lorsque deux banques ont fourni une lettre de refus.

– Interdiction de la surenchère: La surenchère peut être évitée en s'assurant que l'offre du radiodiffuseur public n'entre en vigueur que si aucune offre privée n'a été faite ou retenue. À ce moment–là, l'offre financière de la SRC ne devrait pas dépasser la plus élevée des offres privées ou une somme fixe consignée dans sa proposition.

• 1015

Un mécanisme de surveillance par un organisme indépendant devrait être mis en place pour surveiller le respect de ces deux règles.

– En ce qui concerne le financement de la Société Radio–Canada, nous croyons que deux grandes options se présentent. D'abord, concernant la tarification publicitaire, il faudrait, si Radio–Canada continue d'avoir accès au marché publicitaire, que les tarifs de la SRC reflètent l'ensemble de ses coûts réels de production pour compenser l'avantage de sa subvention. Ainsi, dans la mesure où elle ne reflète pas dans ses prix son coût réel, les tarifs publicitaires de la SRC devraient être d'au moins 50 p. 100 supérieurs à ceux du télédiffuseur le plus cher sur le marché.

À titre d'exemple, le journal *Les affaires* affirmait, la semaine dernière, que Radio–Canada avait consenti une hausse de 60 p. 100 des sommes versées annuellement pour les droits du hockey. À notre connaissance, la tarification publicitaire exigée par la Société Radio–Canada n'a pas suivi cette inflation et ne peut donc refléter ses coûts réels de production.

– Comme il subsiste un avantage à Radio–Canada en raison de son financement public une saine concurrence exigerait que certains actifs de la SRC puissent être mis à la disposition des radiodiffuseurs privés et qu'ils soient gérés possiblement par une régie indépendante.

Bien évidemment, le Comité peut aussi vouloir changer le mode actuel de financement de Radio–Canada qui repose sur deux sources instables de revenus, soit le financement public et les recettes publicitaires.

– Le gouvernement pourrait envisager un financement de la Société Radio–Canada par voie de droit de licence sur les appareils de télévision. Le système existe dans un grand nombre de pays où les télévisions publiques et privées se portent plutôt bien, soit la France, le Royaume–Uni, la Norvège, la Finlande et, plus récemment, le Japon. Le niveau de cette taxe devrait refléter la totalité des coûts réels de la SRC. Elle serait en outre assortie d'une règle interdisant formellement l'accès du radiodiffuseur public au marché publicitaire.

[*Traduction*]

content. And we also believe that it is possible to maintain competition and restore the principle of complementarity, with a minimum of rules and without changing the system drastically. TVA has five proposals to make in this regard.

– The right to pre–empt: In the categories of professional sports, films, American series and miniseries and special variety shows, we believe that private broadcasters should have the right to pre–empt. The Canadian banking system is regulated this way by law, and the Federal Business Development Bank can intervene only when two banks have supplied a letter of refusal.

– Prohibiting overbidding: Overbidding can be avoided by ensuring that the public broadcaster's bid becomes effective only if no private offer has been made or accepted. At that point, Radio–Canada's bid should not be higher than the highest of the private offers or a set amount written into the proposal.

There should be an independent watchdog mechanism to ensure that these two rules are respected.

– As for Radio–Canada's financing, we believe there are two major options. First, regarding advertising rates. To offset the advantage of its grant, the SRC's advertising rates must reflect its true global production costs. Thus, inasmuch as the SRC does not reflect its real costs in its prices, its advertising rates should be at least 50% higher than those of the most expensive broadcaster on the market.

For example, the newspaper *Les affaires* reported last week that Radio–Canada had agreed to raise the annual amount it pays for hockey rights by 60%. To our knowledge, Radio–Canada's advertising rates have not kept pace with this inflation and, thus, cannot reflect its real production costs.

– Since the SRC still has an advantage because of its public financing, healthy competition demands that some of Radio–Canada's assets be placed at the disposal of private broadcasters, possibly managed by an independent board.

Obviously, the committee may also wish to change the current method of financing the SRC through taxes and public funds, two unstable revenue sources.

– The government might envisage financing the SRC by imposing a licensing right on television sets. This system exists in a great many countries where both public and private television broadcasting are doing well: France, the U.K., Norway, Finland and, more recently, Japan. The level of this tax should reflect the SRC's real global costs. It would also be accompanied by a rule formally prohibiting access by the public broadcaster to the advertising market.

[*Text*]

Cela étant dit, il ne nous appartient pas d'indiquer au gouvernement la voie à suivre dans le financement de la Société Radio–Canada. Nous respecterons les choix qu'il pourrait faire, soit de maintenir, soit de hausser ou de diminuer la subvention accordée annuellement ou pluriannuellement à Radio–Canada. Cependant, en toutes circonstances, il est urgent et impératif de mettre en place des règles qui assureront l'équité et la complémentarité à l'intérieur du système canadien de radiodiffusion. Les législateurs ont un rôle important à cet égard et les Canadiens s'attendent à ce qu'ils protègent l'avenir de la télévision tant privée que publique.

Voilà, mesdames et messieurs, les pistes que nous souhaitions proposer à votre réflexion. Le Réseau TVA est disposé à contribuer concrètement à toute initiative visant à leur donner suite. Nous nous ferons un devoir de nous joindre à des comités ou groupes de travail chargés, par exemple, de définir et de mettre au point des mécanismes nouveaux, des règles qui contribueraient à préparer notre système aux défis de demain. S'il le faut, nous sommes disposés à ouvrir nos livres pour étayer certaines situations que nous avons décrites ce matin.

Monsieur le président, mesdames et messieurs, la structure actuelle du système canadien de radiodiffusion est fondamentalement saine. Il convient, comme de nombreux pays occidentaux ont réussi à le faire, de l'adapter aux exigences de la libéralisation, de la déréglementation, de la privatisation, de l'insertion progressive de certains secteurs publics dans l'économie de marché et du souci d'efficacité des gouvernements occidentaux.

Dans ce bouleversement, le principe de la complémentarité n'a rien perdu de sa pertinence. Il a contribué depuis l'implantation de la télévision canadienne au développement progressif et harmonieux de l'ensemble de l'industrie. On lui doit notamment la création d'un secteur privé fort et compétent qui a diversifié et enrichi la programmation télévisuelle offerte aux Canadiens. TVA et CTV en sont des exemples probants.

Il est également de notre avis que les autorités compétentes peuvent et doivent résoudre les questions qui se posent sans remettre en cause les fondements de la loi, les structures du système et le mandat original de la SRC. Tel est l'esprit des suggestions que nous formulons. Nous serons satisfaits si elles concourent à rétablir le système canadien dans les conditions d'équilibre et de complémentarité nécessaires à l'accomplissement de l'intérêt public.

Monsieur le président, mesdames et messieurs, je vous remercie. Après la présentation de mon collègue de CTV, nous serons à votre disposition pour répondre à vos questions et élaborer sur nos propositions.

Le président: Merci, monsieur Provencher.

Mr. Cassaday.

Mr. Cassaday: Mr. Chairman, I'm joined this morning by Gary Maavara and Tom Peddie, two of my colleagues on the management committee of CTV.

In the interest of time, I would offer to waive reviewing our brief this morning. We have provided you with a detailed brief and my comments are being circulated right now. Our real interest today is in answering your questions and addressing any

[*Translation*]

That said, it is not up to us to suggest to the government how the SRC should be financed. We respect the choices it may decide to make to maintain, increase or decrease the grant given to the SRC annually or over several years. Whatever the circumstances, however, it is urgent and imperative that rules be introduced to ensure equity and complementarity within the Canadian broadcasting system. The legislators have an important role to play in this regard and Canadians expect them to protect the future of both private and public television.

Ladies and gentlemen, those are the ideas we wish to submit as food for your thought. The TVA network is ready to contribute concretely to any initiative aimed at following through on these suggestions. We will make it our duty to join forces with committees or working groups mandated, for example, to define and develop the new mechanisms and rules to help prepare our system for the challenges of the future. We are ready to open our books if necessary to support some of the statements we have made today.

Mr. Chairman, ladies and gentlemen members of the committee, the existing structure of the Canadian broadcasting system is fundamentally sound. But it is time, as many Western countries have done successfully, to adapt it to the demands of globalization, deregulation and privatization, to the progressive influx of certain public sectors into the market economy, and to the concern of Western governments for efficiency.

In all this upheaval, the principle of complementarity has not lost its relevance. Since the very beginning of Canadian television, it has contributed to the steady and harmonious development of the entire industry. In particular, it is responsible for the creation of a strong and confident private sector which has provided Canadians with diversified and high–quality television programming. TVA and CTV are two convincing examples.

We also believe that the authorities responsible can and must resolve the issues facing the industry, without questioning the fundamentals of the law, the structures of the system, and the original mandate of the SRC. It is in this spirit that we offer these suggestions to you. We will be satisfied if they succeed in returning to the Canadian system the conditions necessary for the balance and complementarity necessary to serve the public interest.

Thank you, Mr. Chairman, ladies and gentlemen. Following the presentation by my CTV colleague, we will be available to answer your questions and expand on our suggestions.

The Chairman: Thank you, Mr. Provencher.

Monsieur Cassaday.

M. Cassaday: Monsieur le président, ce matin, Gary Maavara et Tom Peddie m'accompagnent. Ce sont deux de mes collègues au comité de gestion de CTV.

Afin de gagner du temps, je vais renoncer à la lecture de notre exposé ce matin. Nous vous avons fait parvenir un mémoire détaillé et mes remarques vous sont distribuées au moment où je parle. Ce qui compte pour nous aujourd'hui est

[*Texte*]

issues you may have. If that's acceptable to you and if you're prepared to put our speaker's notes on the record, then I'll be prepared simply to review with you briefly the five specific recommendations that we have and then to open it up to your questions.

• 1020

The Chairman: If you do that, that will be fine.

Statement by Mr. John Cassaday (President and Chief Executive Officer, CTV Television Network Limited): I am pleased to have this opportunity to present the views of CTV on the important issues which you are considering with respect to the future of the CBC. I concur with the views which have just been expressed by my colleagues from TVA and hope that our comments will be helpful to you.

CTV believes that there is, and will continue to be, an important role for the CBC in the multi–channel universe in Canada.

CBC has played a central role in the Canadian broadcasting system for over 60 years. CBC linked Canadians together when there were no other national Canadian services. CBC has consistently produced high quality, distinct Canadian radio and television programming which meets that social, cultural and economic policy objectives established by Parliament in the Broadcasting Act. It has provided Canadians with important and unique "Canadian experiences".

It is our view, however, that today CBC, and CBC English Television in particular, faces some very difficult challenges.

The Canadian broadcasting environment has changed radically over the past ten years. New technology, new services, changing viewer tastes and fundamental changes in advertiser behaviour have transformed our operating environment.

As we described in detail in our brief, by the early 1990s these forces had pushed CTV to the brink of disaster. Our audiences were decreasing, our costs were rising and our revenues were stagnant.

CTV responded to these radical environmental changes with radical internal changes.

CTV's objective is to deliver the most popular programming for viewers, the largest possible audiences for affiliates and competitive financial returns for our shareholders. We have rethought and reinvented each aspect of our Network to achieve this objective and, we believe, we have succeeded.

CTV's audiences have increased. We are now the market leader. Our revenues are growing in line with the market and our costs are being driven down. CTV's shareholders recently reaffirmed their confidence by investing $14 million in the Network.

We believe that CBC, and CBC English Television in particular, must go through the same tough adjustments as we did if it is to continue to play its important role in the multi–channel universe in Canada; that is, substantially reduce their overheads, eliminate all non–essential activities and focus their programming efforts.

[*Traduction*]

de répondre à vos questions et d'aborder des sujets qui vous intéressent. Si cela vous convient et si vous acceptez d'incorporer notre déclaration au compte rendu, je me contenterai de passer brièvement en revue nos cinq recommandations, après quoi nous répondrons aux questions.

Le président: Ce sera très bien.

Déclaration de M. John Cassaday (président et chef de la direction, CTV Television Network Limited): Monsieur le président, mesdames et messieurs les députés. Je suis heureux d'avoir cette occasion de présenter les vues de CTV par rapport aux questions que vous étudiez relativement à l'avenir de la Société Radio–Canada. Je suis d'accord avec les points de vue qui viennent d'être exprimés par mes collègues de TVA et j'ose espérer que nos commentaires vous seront utiles.

CTV croit que la SRC continuera de jouer un rôle important dans l'univers des canaux multiples au Canada.

La SRC joue un rôle central dans le système de diffusion canadien depuis plus de 60 ans. La SRC a servi de lien entre les Canadiens lorsqu'il n'y avait pas d'autres services nationaux disponibles. Elle a toujours offert une programmation à la radio et à la télévision de qualité élevée, distinctement canadienne, qui vise des objectifs sociaux, culturels et économiques tels qu'établis par le Parlement dans la Loi sur la radiodiffusion. Elle a fourni aux Canadiens des «expériences canadiennes» uniques et importantes.

Pourtant, à notre avis, la SRC et plus particulièrement son réseau anglais, fait face à des défis très importants et difficiles à relever.

L'environnement de radiodiffusion canadien a changé de manière radicale au cours des dix dernières années. Une nouvelle technologie, de nouveaux services, les goûts changeants des téléspectateurs et des changements fondamentaux dans le comportement des annonceurs ont transformé notre environnement.

Comme nous l'avons exposé en détail dans notre sommaire, dès le début des années 1990, ces forces avaient poussé CTV au bord du gouffre. Le nombre de téléspectateurs diminuait, nos coûts augmentaient et nos revenus demeuraient stables.

Depuis, CTV a répondu à ces changements environnementaux radicaux par des changements internes radicaux.

Notre objectif est de fournir la programmation la plus populaire pour les téléspectateurs, les auditoires les plus larges possibles pour les stations affiliées et pour les annonceurs, ainsi qu'un rendement financier concurrentiel pour les actionnaires. Nous avons repensé et réinventé chaque aspect de notre métier afin d'atteindre cet objectif et nous croyons avoir réussi.

Les auditoires de CTV ont augmenté. Nous sommes maintenant chefs de file du marché. Nos revenus suivent l'augmentation de l'ensemble du marché et nous réduisons nos coûts. Les actionnaires de CTV ont récemment réaffirmé leur confiance en investissant 14 millions de dollars dans le réseau.

Nous croyons que la SRC, et particulièrement le réseau de télévision anglais de la SRC, doit s'ajuster comme nous l'avons fait, même si c'est difficile, si elle veut continuer de jouer son rôle important dans l'univers des canaux multiples au Canada. C'est–à–dire, il faut que la SRC réduise dramatiquement ses frais fixes, élimine toutes les activités qui ne lui sont pas indispensables et concentre ses efforts dans le domaine de la programmation.

[*Text*]

The CBC believes it does not have enough funding. Others have suggested that CBC requires new and additional sources for revenues, perhaps from a tax on private broadcasters. I want to state unequivocally that CTV cannot afford to subsidize the CBC.

Revenues are not the problem! Excessive costs are the problem! General Motors and Ford learned that making big expensive cars for a market that can't afford big expensive cars was a licence for disaster. They may have recovered just in time.

Since 1989, CBC's total revenues have increased by almost 19%. After accounting for inflation, it has experienced no loss of purchasing power. Parliamentary appropriations also have increased by over 19% to almost $1.1 billion.

Today when public funds are increasingly scarce, $1.1 billion, which is up more than 19% since 1989, suggests that the CBC has fared well relative to other constituents.

The hidden costs of providing an increasing amount of sports programming is a case in point supporting our contention that CBC has a cost problem.

CBC consistently takes the position that sports programming generates additional revenues which it can then use to support other more distinctive, non–commercial programming. In fact, this is not the case.

We contend that the CBC Sports Department is a large and growing drain on the publicly–funded programming resources of the Corporation.

Since 1989, total direct expenditures on sports programming on CBC Television have increased by over 61%, second only to the growth in spending on variety programming. Sports programming in now the largest component of CBC Television's direct programming expenditure budget, with direct expenditures of almost $74 million in 1993/94.

CBC Television is devoting an ever–larger portion of its prime time schedule to sports programming, increasing from an average of 19% of all prime time hours in 1990/91 to over 28% in 1993/94.

In the broadcast year just finished, CBC devoted substantially more hours of its prime time schedule to sports programming than did any other major broadcast network in Canada or the U.S.

CTV has undertaken and made public, a detailed analysis of the financial impact of sports programming on the Corporation. The results of this analysis were included in the brief which we filed with the Committee.

For broadcast year 1992/93, we found that:

– CBC devoted almost 25.9% of its prime time schedule and 10% of its overall programming schedule to sports programming

[*Translation*]

La SRC croit ne pas avoir suffisamment de financement. D'aucun ont suggéré que la SRC a besoin de nouvelles sources de revenus additionnelles, peut–être d'une taxe qui serait imposée sur les télédiffuseurs privés. Je déclare, ici, et sans équivoque, que CTV n'a pas les moyens de subventionner la SRC.

Les revenus de la SRC ne sont pas le problème! Le problème c'est les dépenses. General Motors et Ford ont appris que faire des grandes voitures de luxe pour un marché qui n'avait pas d'argent pour des grandes voitures chères c'était filer tout droit vers un désastre. Ils ont probablement réagi à temps.

Depuis 1989, les revenus totaux de la SRC ont augmenté de presque 19 p. 100. Compte tenu de l'inflation, elle n'a souffert d'aucune perte de pouvoir d'achat. Les subventions gouvernementales ont également augmenté de plus de 19 p. 100, à presque 1,1 milliard de dollars.

Aujourd'hui, les fonds publics sont de plus en plus rares. Avec 1,1 milliard de dollars, la SRC n'en a–t–elle pas assez? La hausse de 19 p. 100 depuis 1989 nous fait dire que la SRC connaît une situation très privilégiée.

Le refus de fournir les coûts relatifs à la programmation sportive appuie notre position que la SRC a un problème de dépense.

La SRC prétend que la programmation sportive engendre des revenus additionnels qu'elle peut ensuite utiliser pour appuyer d'autres émissions non commerciales plus distinctives.

En fait, cela n'est pas le cas. Nous croyons que le service des sports de la SRC accapare, énormément, et de plus en plus, de fonds publics destinés à la programmation de la société.

Depuis 1989, les dépenses directes totales en programmation sportive à la télévision SRC ont augmenté de plus de 61 p. 100. Seules, les dépenses en programmation de variété ont connu une croissance plus élevée. Avec des dépenses directes se chiffrant à presque 74 millions en 1993–1994, la programmation sportive est maintenant le plus important poste budgétaire en matière de programmation directe des émissions de télévision de la SRC.

Le réseau de télévision de la SRC consacre une partie de plus en plus importante de son horaire des heures d'écoute de pointe à la programmation sportive, passant d'une moyenne de 19 p. 100 de toutes les heures d'écoute de pointe en 1990–1991 à plus de 28 p. 100 en 1993–1994.

Dans l'année de diffusion qui vient de se terminer, la SRC a consacré considérablement davantage de ses heures d'écoute de pointe à la programmation sportive que ne l'a fait tout autre réseau de diffusion majeur au Canada et aux États–Unis.

CTV a entrepris et rendu public une analyse détaillée de l'impact financier de la programmation sportive sur la SRC. Les résultats de cette analyse ont été inclus dans le sommaire que nous avons déposé au comité.

Pour l'année de radiodiffusion 1992–1993, nous avons découvert que:

– la SRC a consacré presque 22 p. 100 de ses heures d'écoute de pointe et 10 p. 100 de ses heures d'écoute totale à la programmation sportive;

[*Texte*]

– this programming generated $85 million in advertising revenues

– direct and indirect costs equalled $151 million

– resulting in a $66 million loss to CBC from this programming

This amount, $66 million, is the amount by which Parliament and ultimately all taxpayers in Canada subsidized CBC to provide sports programming in 1992/93.

Based on current trends and on knowledge of CBC rights payments for hockey and the Olympics, we estimate that total direct expenditures on sports programming by CBC Television will be in the range of $125–$130 million by 1996, resulting in a net loss to CBC and, therefore, a direct public subsidy to sports programming in the range of $75–$100 million.

Importantly, the use of public funds to support sports programming on CBC Television has resulted in a massive escalation in the cost of acquiring rights for this programming category for all broadcasters in Canada.

For example, CBC paid $30 million to acquire the rights to the Summer Olympics in Atlanta. This is an 85% increase over the cost of acquiring the rights for the 1994 Winter Olympics in Lillehammer and a 50% increase over the cost of the rights for the 1992 Summer Olympics in Barcelona.

We estimate that CBC will lose over $10 million in 1996 on the Atlanta Olympics alone. This represents a direct transfer of over $10 million from Canadian taxpayers to the Olympic organizers in the U.S.

In a world where CBC is no longer the only national service, does it make sense to use scarce public funds to subsidize the provision of "commercial" television programming?

Is it a sound long–term strategy and good public policy for the national public broadcaster to devote an increasing amount of its prime time schedule to sports programming?

Is it financially prudent to spend $66 million in scarce public funds last year, increasing to as much as $100 million in 1996, to subsidize sports programming on CBC which could be provided by private television services at no cost to Canadian taxpayers.

Should CBC divert scarce public funds from programming which makes it a distinctive, world class public broadcaster, programs such as *The Nature of Things*, news, public affairs and Canadian dramatic programming, to programming which other Canadian television services can and do provide? Make no mistake, private services provide extensive Canadian programming to Canadians. CBC should complement but not compete with their programming. Finally, if the CBC is under–

[*Traduction*]

– cette programmation a engendré 85 millions de dollars en revenus publicitaires;

– les coûts directs et indirects se chiffraient à 151 millions de dollars;

– la perte résultante à la SRC a été de 66 millions de dollars pour cette programmation.

Ce montant, soit 66 millions de dollars, est le montant que le Parlement et, en fin de compte, tous les contribuables du Canada, a accordé en subvention à la SRC pour fournir de la programmation sportive en 1992–1993.

Nous basant sur les tendances actuelles et notre connaissance des droits de programmation que la SRC s'est engagée à payer pour les Jeux Olympiques d'Atlanta et pour le hockey professionnel, nous prévoyons que les dépenses totales directes en programmation sportive par la télévision SRC se chiffreront entre 125 et 130 d'ici 1996. Ceci produira une perte nette pour la SRC et, partant, une subvention publique directe de la programmation sportive aux environs de 75 à 100 millions de dollars.

Je souligne que l'utilisation de fonds publics pour appuyer la programmation sportive à la télévision SRC a résulté en une hausse considérable du coût d'acquisition des droits pour cette catégorie de programmation pour tous les radiodiffuseurs canadiens.

Par exemple, la SRC a payé 30 millions de dollars pour acquérir les droits sur les Jeux Olympiques d'été à Atlanta. Cela représente une augmentation de 85 p. 100 par rapport au coût d'acquisition des droits pour les Jeux Olympiques d'hiver à Lillehammer en 1994 et une augmentation de 50 p. 100 par rapport au coût des droits pour les Jeux Olympiques d'été de 1992 à Barcelone.

Nous croyons que la SRC perdra plus de 10 millions de dollars en 1996, et ce uniquement sur les Jeux Olympiques à Atlanta. Cela représente un transfert direct de plus de 10 millions de dollars des contribuables canadiens aux organisateurs des Jeux Olympiques aux États–Unis.

Dans un monde où la SRC n'est plus le seul service national, est–il logique d'utiliser les fonds publics limités pour subventionner une programmation «commerciale» à la télévision d'État?

Est–ce une stratégie solide à long terme et une bonne politique publique pour le radiodiffuseur public national de consacrer une tranche de son horaire des heures d'écoute de pointe de plus en plus importante à la programmation sportive?

Était–il financièrement prudent de dépenser, l'an dernier, 66 millions de dollars des fonds publics limités, qui augmenteront jusqu'à 100 millions de dollars en 1996, pour subventionner une programmation sportive à la SRC qui pourrait être fournie par des services de radiodiffusion privés sans que le contribuable canadien n'ait à en assumer le coût?

La SRC devrait–elle retirer les fonds publics, limités, présentement consacrés à des programmes comme *The Nature of things*, les nouvelles, les affaires publiques et les émissions dramatiques canadiennes qui font d'elle un radiodiffuseur distinctif, reconnu à travers le monde, pour les utiliser dans la diffusion d'une programmation que d'autres réseaux de télévision canadiens sont en mesure d'offrir et offrent? Il est vrai que les services publics offrent une programmation

[*Text*]

funded, should it move into new ventures that do not relate to its mandate, such as Specialty Services and international ventures.

CTV believes that the answer to all of these questions in no.

Based on this, CTV asks the Committee to consider the following recommendations:

1. The Committee should provide CBC with a new or relevant interpretation of its programming mandate from Parliament.

This reinterpretation of the mandate should recognize the fundamental importance of CBC as a leading creator of distinctive, underrepresented categories of Canadian programming. It might include quotas for various types of Canadian programs as is required by condition of licence for CTV, and should require CBC to play a much stronger role in cultivating the Canadian program production and software industry.

2. The Committee should propose new rules which ensure "accountability with disclosure" for CBC.

Parliament and all Canadian taxpayers would benefit from increased and more effective public scrutiny of the programming priorities of CBC and the use of public funds to support these priorities. New rules should provide for a public Annual Meeting for the Corporation's shareholders, the taxpayers of Canada. The Committee also might consider asking the CRTC to play a more direct role, on behalf of Parliament, in supervision and administration of the annual Parliamentary appropriation to CBC.

3. The Committee should encourage CBC to consider new and bold ways in which it could operate more efficiently and effectively.

For example, CBC could examine its hardware research activities and its continued reliance on O&O television stations to determine the extent to which these operations directly contribute to the achievement of its principal programming mandate.

4. CBC should withdraw from the bidding for sports programming rights in competition with other licensed Canadian programming services.

This would ensure that scarce public funds are not used to subsidize sports programming, which at the same time allowing CBC to provide such programming when it would not otherwise by available to Canadians.

5. Review CBC's entry into new ventures both domestic and foreign.

At a time when the CBC contends they have insufficient funds to support their mandated services, focus is diverted, overhead is incrementally taxed and presumably start–up investment in required.

Are these new ventures, like sports, covering only incremental costs? If the base business continues to erode, can they sustain the cost of the infrastructure to continue to support these new services.

[*Translation*]

canadienne étendue aux Canadiens. La SRC devrait compléter leur programmation et non y faire concurrence. Finalement, si la SRC ne reçoit pas suffisamment d'aide financière, pour quelle raison se lance–t–elle dans d'autres projets qui ne se rapportent pas à son mandat, tels que les services spécialisés et des projets internationaux.

CTV croit que la réponse à toutes ces questions est «non».

Se basant sur ce qui précède, CTV demande au comité de considérer les recommandations suivantes:

1. Le comité devrait fournir à la SRC une interprétation nouvelle et pertinente du mandat de programmation que lui a confié le Parlement.

Cette réinterprétation du mandat devrait reconnaître l'importance fondamentale de la SRC en tant que chef de file dans des catégories sous–représentées d'émissions distinctives canadiennes. Elle pourrait inclure des quotas pour divers types d'émissions canadiennes, tout comme c'est le cas pour la condition de licence de CTV et devrait exiger que la SRC participe encore plus au développement des industries canadiennes de production d'émissions et de logiciels.

2. Le comité devrait proposer de nouvelles règles qui assurent «divulgation et responsabilité» pour la SRC.

Le Parlement et tous les contribuables canadiens tireraient profit d'une surveillance plus intensive et plus efficace des priorités de programmation de la SRC et de l'utilisation des fonds publics pour appuyer ces priorités. De nouvelles règles devraient prévoir une réunion annuelle des actionnaires de la Société, soit les contribuables canadiens. Le comité pourrait également penser à demander au CRTC de jouer un rôle plus direct, au nom du Parlement, dans la supervision et l'administration de la SRC.

3. Le comité devrait encourager la SRC à considérer de nouvelles façons dynamiques de fonctionner avec plus de compétence et d'efficacité.

Par exemple, la SRC pourrait examiner ses activités de recherches sur le matériel et sa dépendance continue vis–à–vis des stations de télévision qui lui appartiennent et qu'elle opère pour déterminer l'étendue de la contribution directe de ces activités dans l'accomplissement de son mandat de programmation principal.

4. La SRC devrait se retirer des enchères pour les droits de programmation d'événements sportifs qui l'opposent à d'autres services de programmation canadiens.

Cela assurerait que les fonds publics limités ne sont pas utilisés pour financer la programmation sportive, tout en permettant à la SRC de fournir une telle programmation lorsqu'elle ne serait pas autrement disponible aux Canadiens.

5. Revoir la participation de la SRC dans de nouveaux projets, ici comme à l'étranger.

Tout en déclarant ne pas avoir suffisamment de fonds pour appuyer les services qui font partie de son mandat, la SRC ne se concentre plus sur son mandat principal et les ressources matérielles et humaines sont davantage consacrées à d'autres activités.

Ces nouveaux projets, comme les sports, couvrent–ils uniquement les coûts marginaux? Si le noyau d'affaires de base continue de s'éroder, les frais fixes de la SRC pourraient–ils être continuellement utilisés pour appuyer ces nouveaux services?

[*Texte*]

I hope that these comments, along with our written brief, will be helpful to the Committee in the difficult and demanding task which it is undertaking. We would be pleased to answer any questions which you may have for us.

Mr. Cassaday: In the brief we basically outline that the industry has undergone some tremendous environmental changes and that CTV has had to respond to those changes, virtually having been brought to its knees. We simply contend that it's time for all members of the broadcast community to be subjected to the same disciplines.

Our brief is summarized by five specific recommendations. The first is that this committee should provide the CBC with a new or more relevant interpretation of its programming mandate from Parliament. We do not believe the legislation needs to be changed and we are not suggesting that.

This reinterpretation of the mandate should recognize the fundamental importance of the CBC as a leading creator of distinctive, underrepresented categories of Canadian programming. It might include quotas for various types of Canadian programming, as is required as a condition of licence for CTV. It should require the CBC to play a much stronger role in cultivating the independent Canadian production and software industry in Canada.

Our second recommendation is that this committee should propose new rules that ensure accountability with disclosure for the CBC. Parliament and all Canadian taxpayers would benefit from increased and more effective public scrutiny of the programming priorities of the CBC and the use of public funds to support these priorities. New rules should provide for a public annual meeting of the corporation shareholders, the taxpayers of Canada. The committee also might consider asking the CRTC to play a more direct role on behalf of Parliament in supervision and administration of the parliamentary appropriation to the CBC.

Third, the committee should encourage the CBC to consider new and bold ways in which it could operate more efficiently and effectively. For example, the CBC could examine its hardware research activities—is this central to its mandate?—and its continued reliance on owned and operated television stations, to determine the extent to which these operations directly contribute to the achievement of its principal programming mandate.

Our fourth recommendation is that the CBC should withdraw from the bidding for sports programming rights in competition with other licensed Canadian programming services. This would ensure that scarce public funds will not be used to subsidize sports programming while at the same time allowing the CBC to provide such programming when it would not otherwise be available to Canadians.

Finally, we suggest that the committee should review the CBC's entry into new ventures, both domestic and foreign, at a time when the CBC contends that it has insufficient funds to support its mandated services, focus is diverted, overhead is incrementally taxed, and presumably start-up investment is required. Are these new ventures such as covering sport only a percentage of the incremental costs? If the base business of the CBC continues to erode, then can the corporation sustain the

[*Traduction*]

J'espère que ces commentaires, ainsi que notre sommaire, aideront le comité dans la tâche difficile et exigeante qu'il entreprend. Nous serons heureux de répondre aux questions que vous pourriez avoir.

M. Cassaday: Le mémoire expose les bouleversements dans ce secteur d'activités et la réaction de CTV, qui a presque été acculé à la ruine. Nous estimons qu'il est temps que tous les éléments du système de la radiodiffusion soient assujettis à la même rigueur.

Notre mémoire peut se résumer aux cinq recommandations suivantes. La première, c'est que le comité devrait fournir à la SRC une interprétation nouvelle et pertinente du mandat de programmation que lui a confié le Parlement. Pour nous, il n'est pas nécessaire de modifier la loi et ce n'est pas ce que nous proposons.

Cette réinterprétation du mandat devrait reconnaître l'importance fondamentale de la SRC en tant que chef de file dans des catégories sous-représentées d'émissions distinctives canadiennes. Elle pourrait inclure des quotas pour divers types d'émissions canadiennes, tout comme c'est le cas pour la condition de licence de CTV et devrait exiger que la SRC participe encore plus au développement des industries canadiennes de production d'émissions et de logiciels.

Notre recommandation numéro deux, c'est que le comité propose de nouvelles règles qui assurent «divulgation et responsabilité» pour la SRC. Le Parlement et tous les contribuables canadiens tireraient profit d'une surveillance plus intensive et plus efficace des priorités de programmation de la SRC et de l'utilisation des fonds publics pour appuyer ces priorités. De nouvelles règles devraient prévoir une réunion annuelle des actionnaires de la Société, soit les contribuables canadiens. Le comité pourrait également penser à demander au CRTC de jouer un rôle plus direct, au nom du Parlement, dans la supervision et l'administration de la SRC.

Troisièmement, le comité devrait encourager la SRC à considérer de nouvelles façons dynamiques de fonctionner avec plus de compétence et d'efficacité. Par exemple, la SRC pourrait examiner ses activités de recherche sur le matériel—est-ce vraiment un élément essentiel de son mandat?—et sa dépendance vis-à-vis des stations de télévision qui lui appartiennent et qu'elle opère pour déterminer l'étendue de la contribution directe de ses activités dans l'accomplissement de son mandat de programmation principal.

Notre quatrième recommandation c'est que la SRC devrait se retirer des enchères pour les droits de programmation d'événements sportifs qui l'opposent à d'autres services de programmation canadiens. Cela assurerait que les fonds publics limités ne sont pas utilisés pour financer la programmation sportive, tout en permettant à la SRC de fournir une telle programmation lorsqu'elle ne serait pas autrement disponible aux Canadiens.

Pour terminer, nous proposons que le comité examine la participation de la SRC dans de nouveaux projets, ici comme à l'étranger. Tout en déclarant ne pas avoir suffisamment de fonds pour appuyer les services qui font partie de son mandat, la SRC ne se concentre plus sur son mandat principal et les ressources matérielles et humaines sont davantage consacrées à d'autres activités. Ces nouveaux projets, comme les sports, couvrent-ils uniquement les coûts marginaux? Si le noyau

[*Text*]

cost of the infrastructure required to continue to support these new services?

We hope these comments, along with our written brief, will be helpful to this committee in the difficult and demanding task it has undertaken. We now invite any questions you may have.

The Chairman: Thank you very much. I know we have a lot of interest.

We'll go in our normal fashion. We'll have seven minutes here, seven there, and seven here, and then we'll try to make sure everybody has a chance.

Vous allez poser toutes les questions ou partager votre temps? Allez–y, madame Tremblay.

Mme Tremblay: Messieurs, bonjour et merci beaucoup pour vos présentations. On a eu à un moment donné, le syndrome du légionnaire, et maintenant, je pense qu'il va falloir apprendre à vivre avec le syndrome d'Atlanta.

Des voix: Ah, ah!

Mme Tremblay: Cela étant dit, je vais vous poser la question que j'ai posée à M. Kelly plus tôt. Si l'on vous donne tout le champ de la publicité, pouvez–vous nous garantir que vous allez constamment améliorer la qualité de vos émissions, ou si cela ira simplement pour enrichir les actionnaires du secteur privé?

Le président: À qui posez–vous la question?

Mme Tremblay: Aux deux. Ils ont peut–être des philosophies différentes.

• 1025

M. Provencher: Je pense que l'avantage ne pourrait pas totaliser tout à fait 300 millions de dollars. Je suis sûr aussi que vous êtes tout à fait consciente des difficultés financières que traversent les télédiffuseurs privés au Québec, particulièrement depuis déjà 5 ans. Je pense que nous avons, au Réseau TVA, accumulé au cours des quatre dernières années une perte de 16 millions de dollars sur un chiffre d'affaires total de 750 millions de dollars.

Il est évident, pour répondre plus clairement à votre question, que nous serions tout à fait disposés, si le champ publicitaire devait échapper à Radio–Canada, à contribuer encore davantage au système canadien ou aux besoins et aux attentes des téléspectateurs francophones du Québec.

Mr. Cassaday: We are not recommending that the CBC withdraw from advertising. We'll admit that their involvement in advertising does make it more difficult to manage their organization. I've an expression—it means they have to walk both sides of the street because they have two constituents to satisfy, both of whom may have different objectives, but I think that's workable.

Our major constituency comprises our advertisers and our viewers, and I can tell you that our advertisers would be most upset at us if we recommended that the CBC get out of advertising, because it's a service they value. That is not a recommendation being made by CTV today.

[*Translation*]

d'affaires de base continue de s'éroder, les frais fixes de la SRC pourraient–ils être continuellement utilisés pour appuyer ces nouveaux services?

J'espère que ces commentaires, ainsi que notre sommaire, aideront le comité dans la tâche difficile et exigeante qu'il entreprend. Nous serons heureux de répondre aux questions que vous pourriez avoir.

Le président: Merci beaucoup. Cela nous intéresse beaucoup.

Procédons comme d'habitude. Ce sera sept minutes pour chaque groupe, après quoi nous essaierons de donner la parole à tout le monde.

Will you be asking all the questions or will you be sharing your time? You have the floor, Mrs. Tremblay.

Mrs. Tremblay: Welcome gentlemen and thank you for your presentations. First, we had legionnaire's disease, now we have to cope with the Atlanta disease.

Some hon. members: Ah, ah!

Mrs. Tremblay: That being said, I will ask you what I asked Mr. Kelly earlier. If we let you have all the advertising revenue pie, can you promise that you will improve the quality of your programming or will the money go directly to private shareholders?

The Chairman: Who are you asking?

Mrs. Tremblay: Both of them. They may have different philosophies.

Mr. Provencher: I don't think we're dealing with more than $300 million. I'm also sure that you are fully aware of the financial problems of Quebec's private broadcasters, especially in the last five years. I think the TVA network had a total loss of $16 million over the last four years on $750 million worth of business.

It is obvious, to answer your question more precisely, that we are perfectly willing, if the CBC were to stop collecting advertising revenues, to contribute even more to the Canadian system, and to try to meet the needs and expectations of Quebec's francophone viewers even more.

M. Cassaday: Nous ne recommandons pas que la SRC élimine ses revenus publicitaires. Nous admettons toutefois que ses revenus publicitaires compliquent la gestion de la Société. C'est comme si la Société devait marcher des deux côtés de la rue en même temps pour satisfaire deux types de clients, qui ont peut–être des objectifs différents. Mais je crois que c'est tout de même possible.

Nos deux clients principaux sont nos clients publicitaires et nos auditeurs, mais je vous assure que nos clients publicitaires seraient fâchés si nous recommandions que Radio–Canada élimine sa publicité, parce que c'est un service dont ils bénéficient. Ce n'est pas une recommandation que nous faisons aujourd'hui.

[*Texte*]

Mme Tremblay: Si je reviens à votre texte, monsieur Provencher, à la page 14 de votre document, vous proposez un mécanisme de surveillance pour prendre en considération l'interdiction de la surenchère.

Ces temps–ci, nous sommes échaudés avec les mécanismes de surveillance, etc., etc., et cela nous met un peu dans le brouillard. Lorsqu'on est obligé de nommer un organisme de surveillance pour l'application des règlements, on n'est pas plus assuré que le comité de surveillance va vraiment surveiller les intérêts des contribuables. C'est un peu l'oeuf et la poule. Comment voyez–vous cela fonctionner?

M. Provencher: Écoutez, d'abord nous avons pris la peine de dire que les solutions que nous proposions, les recommandations que nous faisions au Comité ce matin étaient incomplètes. Cela étant dit, à l'égard de la question que vous soulevez, nous pensons qu'il existe déjà des organisations, des organismes de surveillance qui pourraient être mandatés pour surveiller le champ d'application de ces deux recommandations particulières, concernant le droit de préemption ou l'interdiction de la surenchère.

Il y a, bien sûr, dans le domaine de la radiodiffusion, le CRTC qui intervient déjà, et il y a le Bureau de la concurrence qui pourrait recevoir un mandat particulier. Sûrement, il ne s'agit pas de créer nécessairement un nouvel organisme qui répondrait au gouvernement ou au Parlement, mais plutôt d'utiliser ou d'élargir le champ de l'un des organismes qui est déjà en place et qui pourrait, soit par affinité, ou soit parce que c'est déjà à l'intérieur de son champ de considération, assumer cette responsabilité–là.

Mme Tremblay: Quant à votre fameux droit de préemption, si Radio–Canada va vous trouver et vous dit: «On a l'idée de produire une émission dans tel sens» et que vous dites: «non, cela nous intéresse», cela voudrait dire que Radio–Canada est obligé de se retirer. Cependant, si cela vous intéresse, il faudra faire le scénario, il faudra faire le synopsis, il faudra trouver les fonds nécessaires.

Cela peut vous intéresser; Radio–Canada serait prête à le réaliser maintenant, mais vous, vous ne seriez prêts que dans 5 ou 10 ans. Dans certains cégeps et universités, par exemple, on dit à la coopérative étudiante: «vous ne pourrez pas concurrencer le propriétaire de la cafétéria avec votre café étudiant, il y a un droit de préemption là–dessus. Les étudiants vont alors à la cafétéria et on leur dit: «Ah! Justement, c'est une bonne idée et nous aussi allons le vendre ce produit–là». Donc, les étudiants ne peuvent jamais rien vendre parce que le propriétaire exerce toujours son droit de préemption.

Comment feriez–vous pour nous assurer que Radio–Canada ne sera pas toujours devant une fin de non–recevoir, que vous accepterez tout et que vous allez tout réaliser? Comment cela fonctionnerait–il dans les faits?

M. Provencher: Cela est une question très intéressante que vous soulevez, madame Tremblay. Ce que nous pensons, c'est que Radio–Canada a une responsabilité beaucoup plus dans le domaine de la production canadienne et, dans ces champs–là, le privilège de Radio–Canada de programmer des émissions comme elle le fait déjà ne serait pas du tout remis en question.

Ce que nous proposons, c'est l'application d'un droit de préemption uniquement dans certaines catégories de programmation qui nous apparaissent secondaires dans le mandat de Radio–Canada.

[*Traduction*]

Mrs. Tremblay: Mr. Provencher, on page 14 of your brief, you call for the creation of an independent watchdog mechanism to prohibit overbidding.

These days, it seems we've all been bitten by watchdog mechanisms, and it doesn't make things any clearer. When we create a watchdog organization to ensure that rules are obeyed, we're not sure that this watchdog will really look out for the best interests of taxpayers. It's a bit like the chicken and the egg. How do you think it would work?

Mr. Provencher: Listen, we started by saying that the solutions we proposed and the recommendations we made to the committee this morning were incomplete. That said, to answer your question, we believe there already are organizations, watchdog organizations which could be mandated to monitor the application of these two specific recommendations regarding the right to pre–empt or prohibit overbidding.

Of course, the CRTC is a watchdog of sorts for broadcasting, or the competition tribunal might be able to do the job. We surely don't necessarily have to create a new organization which would be accountable to government or to Parliament. I think it's better if we turn to an existing organization, which already works in broadcasting or in a similar field, to do the job.

Mrs. Tremblay: As for your so–called right to pre–empt, if the CBC told you it wanted to produce such and such a program, but that you said you are interested, it might mean the CBC would have to withdraw from the project. However, if you were interested, you would have to come up with a scenario, do a synopsis and find the money.

You might be interested in the project, and the CBC is ready to go ahead right away, but you would rather wait five or ten years. In some colleges and universities, for instance, student coops are told that their student cafe cannot compete with the owner of the cafeteria because he has a pre–emptive right. So the students go to the cafeteria and are told that they have a good idea about a product and that the cafeteria will start selling it. Therefore, students can never sell anything because the cafeteria owner always exercises his right to pre–empt.

How will you ensure that the CBC won't always have to deal with an objection, that you will accept all their projects and that you will produce everyone of them? How will the system actually work?

Mr. Provencher: You raise a very interesting issue, Mrs. Tremblay. We believe that the CBC is much more responsible for producing Canadian programming, so therefore it has the privilege to produce Canadian content shows, as is already the case, something which will never be contested.

We are proposing a right to pre–empt only for certain programming categories which to our minds play a secondary role in the mandate of the CBC.

[*Text*]

Prenons l'exemple du cinéma, des émissions ou des mini–séries américaines. Pensons que ce n'est pas la responsabilité première de Radio–Canada, compte tenu qu'elle utilise les fonds des contribuables canadiens, de remplir cette partie du mandat. Au moins, dans ce champ–là, le droit de préemption devrait être accordé aux télédiffuseurs privés. Nous avons, dans le passé, eu à déplorer plusieurs fois l'intervention de Radio–Canada dans ce champ particulier de l'acquisition des droits de séries américaines en offrant des sommes nettement au–dessus de notre capacité de payer ou de la réalité du marché.

Nous voulons aussi que la préemption s'applique aux émissions de sports professionnels. Récemment, par exemple, la Société Radio–Canada a diffusé, au réseau français, un reportage sur la *skinsgame*, un reportage sur le golf, ou sur la formule Indy, pour des sports typiquement américains, avec des joueurs américains.

Si Radio–Canada doit utiliser les fonds publics pour diffuser et fournir à ses télespectateurs cette programmation–là, sans y ajouter une valeur importante qui contribuerait à l'utilisation de ces fonds publics, nous disons que si elle n'est pas en mesure de le faire, elle doit, dans ce champ–là, reconnaître un droit de préemption aux télédiffuseurs privés.

Mme Tremblay: Si je comprends bien, vous leur laissez le boulingrin de Westmount?

M. Provencher: Pas du tout. Nous laissons à Radio–Canada la possibilité de faire beaucoup, beaucoup d'interventions dans le domaine du sport. Nous n'émettons pas l'opinion, dans notre présentation, que Radio–Canada doit évacuer complètement ce secteur–là. On dit qu'au nom de la complémentarité dans le système, au nom d'un principe qui est à la base–même de la Loi sur la radiodiffusion, qui fait partie des fondements de la loi, et de notre système, que pour assurer cette complémentarité, on doit, à quelque part, répartir les charges entre les télédiffuseurs privés et les télédiffuseurs publics. Cela ne signifie pas du tout l'évacuation du domaine du sport par Radio–Canada.

Mme Tremblay: À la page 15 de votre présentation—une toute petite dernière question—vous parlez du partage des actifs. Dois–je lire entre les lignes, qu'étant donné qu'on a de beaux studios à Rimouski, on pourrait vous les vendre pour une piastre, et que vous viendriez vous installer là?

M. Provencher: C'est peut–être pas ce à quoi nous faisions allusion, mais nous serions prêts à considérer une proposition comme celle–là. Ce à quoi nous faisons davantage allusion, madame Tremblay, c'est, par exemple, dans le cas de reportages sur des événements internationaux où les coûts de production sont très très élevés, vous le savez.

Mme Tremblay: Par exemple, vous avez partagé les ressources et les coûts des débats politiques.

M. Provencher: Le partage des ressources est un bel exemple.

Mme Tremblay: C'est ce que je veux dire.

M. Provencher: On aimerait étendre cette collaboration, par exemple, quand on fait des reportages en Haïti, comme cela a été le cas au cours du dernier mois, comme cela a été le cas pendant la guerre du Golfe, il y a quelques années, et partager

[*Translation*]

• 1030

Take American movies or miniseries, for example. I don't think it's the main part of the CBC's mandate to broadcast American programs given that it receives funding from Canadian taxpayers. In that category, private broadcasters should at least have the right to pre–empt. In the past, we were upset at the fact that the CBC intervened several times in this category by buying the rights of American miniseries by paying much more for them than we ever could or than the market would have allowed.

We also want the right to pre–empt to apply to professional sports programs. Recently, for instance, the French network of CBC broadcast a skinsgame, a golfing report, and Indy Formula One Race, which are all typical American sports with American players.

If the CBC pays for these kinds of programs with taxpayers' money without adding anything that would justify spending taxpayers dollars, we believe it's because it is not able to do so and must therefore give private broadcasters the right to pre–empt it in this type of programming.

Mrs. Tremblay: If I've understood you correctly, you're just willing to let them broadcast lawn bowling in Westmount?

Mr. Provencher: Not at all. We're willing to let the CBC broadcast many sports events. We're not saying that the CBC should completely withdraw from sports programming. What we're saying is that in the name of complementarity, and in the name of a principle which is the cornerstone of the Broadcasting Act, and which is also the basis of law, and of our system, we have to give private and public broadcasters their fair share of responsibility. But this in no way means that the CBC should completely withdraw from sports programming.

Mrs. Tremblay: On page 15 of your brief—this is my last brief question—you talk about sharing assets. Are you insinuating that because the CBC has a nice broadcasting centre in Rimouski, it should be sold for a dollar so you can move in?

Mr. Provencher: That's not exactly what we were alluding to, but we certainly would consider that proposal. What we were really talking about, Mrs. Tremblay, was for instance, international reports which have very, very high production costs, as you know.

Mrs. Tremblay: For example, you shared facilities as well as costs to cover political debates.

Mr. Provencher: Resource sharing is a good example.

Mrs. Tremblay: That's what I mean.

Mr. Provencher: We would like to extend that co–operation, for instance, for reports on Haiti, as we did last month and during the Golf war a few years ago. We would like to share our report transmission or on–site production

[*Texte*]

les infrastructures de transmission de reportages ou de productions sur place pour que, finalement, l'argent qui est investi par les contribuables canadiens dans ces ressources profitent à l'ensemble des contribuables.

Le président: On pourrait peut-être revenir plus tard à M^me^ Gagnon. Est-ce possible?

Mme Tremblay: Tout à fait.

The Chairman: Mr. Hanrahan, I gather you're going to split your time with Mr. Ringma, whom we welcome.

M. Ringma (Nanaïmo—Cowichan): Monsieur Provencher, j'aimerais parler de quelques mots que vous avez utilisés, soit la «complémentarité des nouvelles». M. Keith Spicer a récemment témoigné devant le Comité des langues officielles. Il a dit que Radio-Canada veut diffuser «Le réseau de l'information (RDI)» partout sur les réseaux de câblodistributeurs, mais qu'il n'y avait pas de marché. Donc, le CRTC est prêt à forcer les câblodistributeurs à le faire.

Quels sont les marchés de langue française au Québec et ailleurs au Canada? Il y a certainement un marché, cependant, doit-on le forcer ou non?

M. Provencher: Il y a, dans le sondage que nous avons réalisé le mois dernier, l'expression de besoin très claire de la part d'au moins les francophones. Ils souhaitent que Radio-Canada soit présente dans le domaine de l'information et qu'elle soit également présente dans le reflet des réalités régionales. Je pense que ce sont les deux niveaux de préoccupation les plus élevés, sauf erreur, chez les francophones.

Malheureusement, je pense qu'au cours des dernières années, Radio-Canada a eu tendance davantage à abandonner ce secteur.

• 1035

En 1990, il faut se rappeler qu'il y a eu une décision à la suite de laquelle plusieurs stations régionales ont été fermées. Il reste au Québec une seule station qui appartient et qui est opérée par Radio-Canada. C'est celle de Québec.

Selon les conditions de sa licence actuelle, la station de Québec doit fournir sept heures et 10 minutes d'émissions d'information locale. La Société vient elle-même de proposer, dans le renouvellement de sa licence, de n'en faire que cinq heures désormais, cinq heures et quelques minutes. On sent que ce n'est pas la priorité de Radio-Canada.

Radio-Canada saisit-elle bien les attentes et les préoccupations des gens qu'elle est appelée à desservir en agissant de cette façon? Je me pose la question, mais ce n'est pas vraiment à moi d'y répondre.

Mr. Ringma: I can well understand that there is a value to CBC French language where it's otherwise not picked up, certainly in Quebec. But when you extend that across the country, you as a commercial network, where do you draw the line? Where are the numbers? Do we ever get into numbers in the market?

[*Traduction*]

infrastructures so that Canadian taxpayers' money invested in these resources benefit all taxpayers.

The Chairman: Perhaps we can come back to Mrs. Gagnon a little later. Is that possible?

Mrs. Tremblay: Absolutely.

Le président: Monsieur Hanrahan, je crois que vous voulez partager votre temps avec M. Ringma, à qui nous souhaitons la bienvenue.

Mr. Ringma (Nanaimo—Cowichan): Mr. Provencher, I would like to come back on an expression you used, which is "news complementarity". Mr. Keith Spicer recently testified before the Committee on Official Languages. He said that the CBC wants to broadcast "Le réseau de l'information (RDI)" on all cable networks, but that there was no market for RDI. Therefore, the CRTC is willing to force cable distributors to do so.

What are the French language markets in Quebec and throughout Canada? There has to be one, but do we have the right to force cable networks to broadcast RDI?

Mr. Provencher: In the poll we conducted last month, francophones said clearly they needed a French news network. They would like Radio-Canada to broadcast news information and they also wanted to broadcast local news. Unless I'm mistaken, I think francophones are most concerned about these two issues.

Unfortunately, I think that in the last few years, Radio-Canada has turned its back on this sector.

It should be reminded that in 1990 as a result of a decision, several regional broadcasting operations were closed. In Quebec there is only one station left which belongs to and is operated by Radio-Canada. It is the station of Quebec City.

According to the terms of its present license, the Quebec station must provide seven hours and 10 minutes of local information programs. The corporation has just proposed itself, when renewing its license, to provide only five hours and a few minutes in the future. One can feel that it isn't the priority of CBC.

Does CBC understand well the expectations and the concerns of the people it is there to serve by acting that way? I am asking myself the question, but it is not really for me to answer it.

M. Ringma: Je peux comprendre que les émissions en français de la SRC aient leur raison d'être là où l'on ne diffuse pas d'émissions en français, et certainement au Québec. Mais quand on étend cela à l'ensemble du pays? Où doit-on s'arrêter, d'après vous qui êtes un réseau commercial? Quels sont les chiffres? Est-ce que vous vous occupez des chiffres sur le marché?

[*Text*]

Mr. Cassaday: What we're talking about here is really an issue of existing capacity. Over time there will be niches covered as finite as the luggage channel. So most certainly there'll be an opportunity for a French–language channel. It's simply a matter of capacity. As we sit here today, the cable companies are limited in the amount of available channel capacity they have.

But this is a problem that is going to be addressed within the next five to seven years. Within that timeframe there'll be a minimum of 150 channels available. You'll have telco as a potential alternative distributor. You'll have direct–broadcast satellites. We had a conversation with Teleglobe last week about the possibility of bringing European news into Canada through their new fibre system, which they have across the Atlantic Ocean. So there will be a plethora of choice available to viewers across Canada within a very short period of time, as capacity becomes available.

Mr. Ringma: I guess I'd feel much more comfortable if it is free market choice and the people say we want that, rather than the attitude—

Mr. Cassaday: We're talking about an issue of marketing. I think the cable companies will again, when the technology allows it, move to what they call complete addressability. The viewer at home will have an opportunity to receive on an à la carte basis those program services they have a desire to receive in their homes.

Mr. Hanrahan: Mr. Provencher, and to all of you, thank you for your presentation. In regard to your recommendations, on page 10, prohibitive overbidding:

> Overbidding can be avoided by ensuring that the public broadcaster's bid becomes effective only if no private offer has been made or accepted.

I have two questions in regard to that, and I would ask Mr. Cassaday to answer as well. If that proposal had been accepted prior to the bidding for the Atlanta Olympics, how would that have affected the bidding?

Mr. Cassaday: Do you want me to start?

Mr. Provencher: *Allez–y*!

Mr. Cassaday: The Olympics are worth about $10 million Canadian to a Canadian broadcaster. In our material we've provided to you, to this committee in advance, you know we paid about $4 million for the Calgary Olympics. We made money. We're now paying close to $30 million Canadian for the Olympics.

We'll know when we know, and it won't be until the summer of 1996, but we don't think there's enough money in the market to cover it. In our view, in the view of our colleagues—and I think it's significant we're both here together today with the same message, both French and English—we believe this country can support a bid of approximately $10 million Canadian.

Mr. Hanrahan: So you're suggesting a $20 million loss for the CBC on this bid.

Mr. Cassaday: We're estimating conservatively they will lose $10 million.

[*Translation*]

M. Cassaday: Il s'agit en fait d'une question de capacité. Avec le temps, on couvrira des créneaux aussi limités qu'une chaîne spéciale dans une langue précise. On aura certainement la possibilité de créer une chaîne en langue française. C'est tout simplement une question de capacité. Pour l'instant, le nombre de chaînes que peuvent avoir les câblodistributeurs est limitée.

Cependant, c'est un problème qui sera réglé d'ici cinq à sept ans. D'ici là, il y aura au moins 150 chaînes. Il y aura aussi les compagnies de téléphone comme distributeur potentiel. Il y aura des satellites de diffusion directe. Nous avons eu la semaine dernière une conversation avec Teleglobe au sujet de la possibilité de diffuser les nouvelles européennes au Canada grâce à son nouveau réseau de câble à fibres optiques que la société a installé à travers l'océan Atlantique. Donc, dans très peu de temps, les téléspectateurs auront une foule de possibilités de choix, quand la capacité augmentera.

M. Ringma: Je pense que je serais beaucoup plus à l'aise s'il s'agissait d'un choix s'effectué par le jeu du libre marché et que les gens disaient qu'ils veulent ce système, plutôt que. . .

M. Cassaday: C'est une question de marketing. Je pense que lorsque la technologie le permettra, les câblodistributeurs adopteront ce qu'ils appellent le système de la «complete addressability», c'est–à–dire que le téléspectateur aura la possibilité de choisir à la carte les services d'émissions qu'il désire.

M. Hanrahan: Monsieur Provencher et tous les autres, je vous remercie pour votre exposé. Parlons des recommandations que vous faites à la page 13, au sujet de l'interdiction de la surenchère:

> La surenchère peut être évitée en s'assurant que l'offre du radiodiffuseur public n'entre en vigueur que si aucune offre privée n'a été faite ou retenue.

J'ai deux questions à poser à ce sujet et je voudrais que M. Cassaday y réponde également. Si cette proposition avait été acceptée avant que l'on ne fasse les soumissions pour les Jeux olympiques d'Atlanta, quelle différence cela aurait–il fait?

M. Cassaday: Voulez–vous que je commence?

M. Provencher: *Go ahead.*

M. Cassaday: Les Jeux olympiques valent environ 10 millions de dollars canadiens pour un radiodiffuseur canadien. Dans les documents que nous avons remis d'avance au comité, nous indiquons, comme vous le savez, que nous avons payé environ quatre millions de dollars pour les Jeux olympiques de Calgary. Nous avons fait des bénéfices. Voilà que l'on paye maintenant près de 30 millions de dollars canadiens pour les Jeux olympiques.

Vous le saurez en même temps que nous, et ce ne sera pas avant l'été 1996, mais nous ne pensons pas qu'il y ait assez d'argent sur le marché pour pouvoir récupérer cette somme. À notre avis et aux yeux de nos collègues—et je crois que le fait que nous soyons ici ensemble aujourd'hui pour diffuser le même message, en français et en anglais, revêt une certaine importance—, notre pays peut absorber une soumission d'environ 10 millions de dollars canadiens.

M. Hanrahan: Par conséquent, vous estimez que Radio–Canada perdra 20 millions de dollars dans cette affaire.

M. Cassaday: Nous estimons qu'elle perdra au bas mot 10 millions de dollars.

[*Texte*]

Mr. Hanrahan: Okay. If we were to accept this recommendation, would it suggest the possibility exists that the private broadcasters could purposely underbid in order to prevent the CBC from getting involved?

Mr. Cassaday: In Australia, leading up to Barcelona, the IOC chose not to sell the rights. I don't know whether they ultimately ever did.

• 1040

At the end of the day, a deal gets made when both parties are satisfied that the deal is acceptable. If the National Hockey League does not find that it is getting an appropriate amount of money out of Canada, then it will withhold those rights, and ultimately the broadcaster will step up to the table to acquire them.

What we have happening right now is a significant escalation in sports programming rights using public funds, to the extent that they effectively preclude private broadcasters from bidding competitively with a level playing field and a fair return to the shareholders. We're really saying—and I think this is the same point as André was making earlier—that it's all a matter of degree and the pendulum has swung too far.

Mr. Hanrahan: On increased efficiency and effectiveness, your third point, you are obviously implying that the CBC is neither efficient nor effective. Could you suggest what the implications of your statement are?

Mr. Cassaday: We believe that the CBC honestly believe they are doing the best job that is humanly possible. I do not doubt their integrity or their feelings on this one bit, but things have changed.

We went into basically a detailed activity analysis. We started with the assumption that every single activity that was under way at the network was important or we wouldn't be doing it, but some activities are more important than others. If you have to make discrete choices because you do not have unlimited funds and cannot expect to have them in the future—and in our case we can't expect the ad revenue pie to continue to grow—then you have to make decisions, you have to make choices.

We are simply suggesting that they should begin to address some of those choices.

If our mandate is to provide a service to Canadians, then do we have to own the hardware of owned and operated stations in order to deliver it? If our mandate is to deliver a distinctive programming service to Canadians, then do we have to be at the leading edge of technology in developing R and D so that we can go to conferences and wave the flag proudly about how advanced we are in the new digital environment?

Why does a public broadcaster have to be positioned in that way?

[*Traduction*]

M. Hanrahan: Bien. Si nous acceptions cette recommandation, cela voudrait-il dire qu'il serait possible que les radiodiffuseurs privés fassent exprès de la sous-enchère pour empêcher la SRC d'entrer dans la course?

M. Cassaday: Le CIO a décidé de ne pas vendre les droits en Australie, pour les jeux de Barcelone. Je ne sais pas s'il a fini par les vendre.

En fin de compte, un marché se conclut lorsque les deux parties sont convaincues qu'il est acceptable. Si la Ligue nationale de hockey estime qu'elle ne reçoit pas suffisamment d'argent du Canada, elle réservera ces droits et un radiodiffuseur désireux de les acquérir finira par se présenter.

Nous assistons actuellement à une forte escalade en ce qui concerne l'acquisition des droits de diffusion des événements sportifs au moyen de deniers publics, si bien que les propriétaires de stations privées ne peuvent plus faire de soumissions compétitives, sur un pied d'égalité, et ils n'arrivent plus à faire une offre susceptible de rapporter une somme raisonnable aux actionnaires. Nous estimons en fait—et je crois que c'est ce qu'André disait plus tôt—que c'est juste une question de degré et que le pendule a oscillé trop loin dans le même sens.

M. Hanrahan: Dans votre troisième recommandation, où il est question de plus de compétence et d'efficacité, vous insinuez manifestement que la SRC ne fait pas preuve de compétence ni d'efficacité. Pourriez-vous nous donner des précisions à ce sujet?

M. Cassaday: Nous pensons que la SRC croit honnêtement qu'elle fait le meilleur travail humainement possible. Je ne doute pas du tout de son honnêteté ni de ses sentiments à ce sujet, mais les choses ont changé.

Nous avons fait une analyse détaillée des activités. Nous sommes partis du principe que toutes les activités en cours sont importantes sinon qu'on ne les entreprendrait pas, mais que certaines d'entre elles sont plus importantes que d'autres. S'il faut faire discrètement certains choix parce que l'on ne dispose pas de fonds illimités et que l'on ne peut pas s'attendre à avoir tout l'argent que l'on veut plus tard—dans notre cas, on ne peut pas s'attendre à ce que les recettes publicitaires continuent à augmenter—, il faut prendre certaines décisions.

Nous disons tout simplement que la SRC devrait se mettre à faire certains choix.

Si notre mandat consiste à fournir un service aux Canadiens, devons-nous posséder et exploiter les installations que constituent les stations pour le faire? Si notre mandat consiste à offrir un service particulier aux Canadiens, faut-il être à la fine pointe de la technologie et faire de la R-D pour pouvoir assister à des conférences et montrer fièrement les progrès que nous avons faits dans le nouveau contexte numérique?

Pourquoi un radiodiffuseur public doit-il être positionné de cette façon?

[*Text*]

At our place we have adopted an approach that I call grab and go. Let's take the best technology we can find and run with it. New Brunswick Tel is a small telephone company in Canada and yet is acknowledged around the world as perhaps the premier telco. Their strategy is not to invent; it's to grab and go. Let's talk to everybody else, let's find out what they have to offer and take it and run with it.

These are the kinds of things we're suggesting the CBC should do. We are not presupposing that they should do specific things, but we think all of these questions have to asked, and asked with an eye to making a significant change in the way they operate.

Mr. Gallaway: We've heard a lot from CBC and we heard last week from some of the CBC affiliates that they did not believe that the CBC would make money on sports broadcasting, in particular the Olympic Games.

You've made a comment within the last few minutes about advertising rates. I presume you have seen the rebuttal, if I can call it that, the news release as of yesterday, from the CBC. Among other things, the CBC is stating that it believes that the advertising market in 1996 will be such that it's going to be one of the factors in making the broadcast of the Summer Olympics a profitable venture.

What do you see in terms of advertising rates in this country? Do you see a significant growth? Do you see a flat–line growth?

Mr. Cassaday: Our advertisers are pushing us towards the rates on a cost–per–thousand basis that we offered them in 1988.

In Albertville I believe the CBC recorded ad revenues of approximately $15 million. That was in February, which is a peak advertising month. We're talking about Olympic Games that will be in August.

We've got about 10 weeks of good weather in this country. Is it reasonable to expect as many people are going to be in their homes watching television broadcasts in August as there were during Albertville in February?

• 1045

Those of us who know the way the automobile companies operate. . .is it reasonable to think they're going to want to advertise cars in August, at a time when they're dumping out year–end inventory, at the same rate as they do in February? Is it reasonable to assume business machine companies such as IBM and Xerox, who want to talk to managers, are going to want to do it at a time when they're on vacation?

I hope they make it. I honestly hope they make it, for the sake of all of us. But I just can't see it. How do you pull in $30 million just to recover the rights out of the market, and in addition to that whatever incremental production and marketing costs they have?

[*Translation*]

Personnellement, nous avons adopté une méthode qui consiste à profiter de ce qui existe, à choisir la meilleure technologie que l'on peut trouver, et à l'exploiter. La société «New Brunswick Tel» est une petite compagnie de téléphone canadienne et pourtant elle a dans le monde entier la réputation d'être peut–être la première société de téléphone. Sa stratégie ne consiste pas à inventer, mais à profiter de ce qui existe et à l'exploiter. Il faut parler aux autres, trouver ce qu'ils ont à offrir et en profiter.

Voilà le genre de choses que la SRC devrait faire, d'après nous. Nous ne partons pas du principe qu'elle devrait prendre certaines initiatives précises, mais nous estimons qu'il nous faut se poser toutes ces questions, dans le but de modifier considérablement la façon de fonctionner de la Société.

M. Gallaway: La SRC nous a dit beaucoup de choses et la semaine dernière, certaines de ses stations affiliées nous ont dit qu'elles ne croyaient pas que la Société gagnerait de l'argent en diffusant des émissions sportives, et surtout des émissions pour les Jeux olympiques.

Il y a quelques minutes, vous avez fait un commentaire au sujet des tarifs publicitaires. Je présume que vous avez vu la réfutation, si je puis dire, c'est–à–dire le communiqué de presse d'hier, de la SRC. La SRC dit entre autres qu'elle croit que le marché de la publicité sera tel en 1996 que ce sera un des facteurs permettant de faire de la diffusion des Jeux olympiques d'été une entreprise rentable.

Que pensez–vous des tarifs publicitaires canadiens? Pensez–vous que l'on assistera à une croissance importante dans ce domaine ou que la croissance sera nulle?

M. Cassaday: Nos annonceurs nous poussent à adopter les mêmes tarifs que ceux que nous leur avons proposés en 1988, c'est–à–dire des tarifs axés sur le coût par millier.

Je crois que pour les Jeux d'Albertville, la SRC a fait des recettes publicitaires d'environ 15 millions de dollars. Les Jeux se déroulaient en février, c'est–à–dire au cours d'un mois de pointe dans le domaine de la publicité. Par contre, les jeux dont il est maintenant question auront lieu au mois d'août.

Nous avons à peu près 10 semaines de beau temps au Canada. Est–il raisonnable de s'attendre à ce qu'il y ait autant de téléspectateurs qui suivent les jeux au mois d'août qu'en février, pour Albertville?

Ceux qui savent comment fonctionnent les fabricants d'automobiles savent ce que c'est. Est–il raisonnable de croire qu'ils vont faire autant de publicité au mois d'août, au moment où ils liquident leur stock de fin d'année, qu'en février? Est–il raisonnable de penser que les fabricants de machines de bureau comme IBM et Xerox, dont le message s'adresse aux gestionnaires, voudront faire leur publicité pendant une période où ceux–ci sont en vacances?

J'espère qu'ils voudront le faire. Je le souhaite sincèrement, pour nous tous. Par contre, je ne les vois pas très bien faire cela. Comment peut–on faire pour récupérer les 30 millions de dollars qu'ont coûtés les droits de diffusion sur le marché? Il y a en plus tous les frais de production et de marketing supplémentaires.

[*Texte*]

Mr. Gallaway: In your opinion, because we've heard from the CBC previously. . .and one of the questions asked of them was about their broadcast of NHL hockey. I understand recently, at least in the last year, in recent times, they've substantially increased the payments. Do you believe they make money on hockey broadcasting?

Mr. Cassaday: As you know, it's very difficult to get numbers. We appreciate the rebuttal we got last night from the CBC, because they did in fact finally admit they do not make money on sports. They admit they make $1.96 million on professional sport, although we don't know what items are included in that, and they lose approximately $23 million on amateur sport. So we've now established they lose money on sport.

It's interesting to note that when we first issued this report in the summer, Jim Byrd from CBC stated that last year, for example, profits earned by CBC sports were plowed back into other programming, including the kind of sport programming that does not draw audiences large enough to pay the freight.

Well, plowing back $1.9 million. . .it's a pretty darn small field. I don't know how many people are being fed with that. It says to me that when they issued that statement in July, they didn't have a clue what they were making on sport.

I think that's the point we've been trying to make. They don't have a clue what they're spending. There's no accountability. And we are getting pushed out of the market.

Mr. Gallaway: Recently when they appeared before this committee CBC stated—and I want to talk now not about Newsworld but about their regular network—that their news best reflected the regions. When asked about CTV as an example, they stated that no, you weren't regional, you did not broadcast news on a regional basis; you were a local broadcaster. Can you tell me what the difference is?

Mr. Cassaday: CTV has 25 affiliates across the country, and each of those affiliates has a strong local newscast. In fact, with the exception of one market, Winnipeg, I believe we're number one in every single market we compete in, by quite a large amount.

The CTV network offers a national perspective on news coming out of the regions. We have bureaux in Vancouver, Edmonton, Toronto, Ottawa, and Halifax. We also have relationships with our affiliates, so we can get the stories coming out of the regions that we think are of national importance.

Mr. Gallaway: But I guess my question was how do you make the distinction that CBC has stated exists?

Mr. Cassaday: I guess what they're saying is that when they cut back on some of their local broadcast operations, they went to a more regional approach. It's fair to say we do not do a regional newscast out of Alberta or a regional newscast out of Saskatchewan. That's not our role. Our role is to provide a national service.

[*Traduction*]

M. Gallaway: Étant donné que vous avez entendu les représentants de la SRC et qu'une des questions qui leur a été posée portait sur la diffusion des joutes de hockey de la LNH, qu'en pensez-vous? J'ai entendu dire dernièrement, il y a moins d'un an en tout cas, qu'elle paye des droits beaucoup plus élevés. Pensez-vous qu'elle gagne de l'argent sur les émissions consacrées au hockey?

M. Cassaday: Comme vous le savez, il est très difficile d'obtenir des chiffres. Nous apprécions le communiqué transmis hier soir par la SRC, parce qu'elle a fini par admettre qu'elle ne gagnait rien sur les sports. Elle a admis qu'elle gagnait 1,96 million de dollars sur le sport professionnel, mais nous ne savons pas exactement ce que cette catégorie englobe, et qu'elle perd environ 23 millions de dollars sur le sport amateur. Nous savons donc désormais qu'elle perd de l'argent sur le sport.

Je signale que la première fois que nous avons fait ce rapport, au cours de l'été, Jim Byrd de la SRC a déclaré que l'année dernière, par exemple, les bénéfices venant des émissions sportives de la Société ont été réinvestis dans d'autres émissions, y compris dans des émissions de sport qui n'attirent pas suffisamment de monde pour pouvoir couvrir les frais de transport.

Réinvestir 1,9 million de dollars, cela n'est vraiment pas grand-chose. Je me demande bien combien de personnes cela permet de nourrir. Cela me porte à croire que quand la SRC a émis le communiqué en juillet, elle n'avait pas la moindre idée de ce qu'elle gagnait sur les émissions sportives.

Ce que j'essaye de vous faire comprendre, c'est qu'elle n'a pas la moindre idée de ce qu'elle dépense. Il n'y a pas de responsabilité. Quant à nous, nous n'arrivons plus à être compétitifs.

M. Gallaway: Dernièrement, la SRC a déclaré devant le comité—et je ne parle pas de Newsworld mais du réseau normal—que ce sont leurs émissions d'information qui donnent les meilleures informations régionales. Quand on a parlé de CTV, les représentants de la SRC ont prétendu que votre réseau n'est pas régional, que vous ne diffusez pas des nouvelles régionales, que vous êtes un radiodiffuseur local. Pouvez-vous m'expliquer la différence?

M. Cassaday: CTV a 25 stations affiliées dans le pays et chacune a une équipe solide en ce qui concerne la diffusion d'information locale. En fait, à une exception près, Winnipeg, je crois que nous sommes en tête sur tous les marchés où nous sommes, et de loin.

Le réseau CTV offre une perspective nationale sur les nouvelles en provenance des régions. Nous avons des bureaux à Vancouver, à Edmonton, à Toronto, à Ottawa et à Halifax. Nous avons également des relations avec nos stations affiliées et, par conséquent, nous pouvons obtenir les nouvelles régionales que nous jugeons d'intérêt national.

M. Gallaway: Ce que je voulais que vous nous disiez, c'est quelle distinction vous faites entre les deux, distinction qui existe, d'après la SRC.

M. Cassaday: Je pense que ce que la SRC veut dire, c'est que quand elle a réduit les activités de certaines stations locales, elle a adopté une approche plus régionale. Il est juste de dire que nous ne diffusons pas des nouvelles régionales pour l'Alberta ou la Saskatchewan. Ce n'est pas notre rôle. Notre rôle consiste à fournir un service national.

[*Text*]

Does that answer your question?

Mr. Gallaway: Yes.

Mr. Ianno: Thank you for the presentation.

First of all, the Barcelona games: what did you pay. . .?

Mr. Cassaday: We paid $16 million.

Mr. Ianno: That's U.S., right?

Mr. Cassaday: Correct.

Mr. Ianno: In Canadian it's $22.27 million, is it?

Mr. Cassaday: In U.S. dollars we paid $16.5 million, so I guess $20 million or $21 million—

Mr. Ianno: It's $22.275 million. That was four years—

Mr. Gary Maavara (Vice–President, Development, Public Affairs, and Counsel, CTV Television Network Limited): The exchange rate on the Canadian dollar was significantly different in 1990, when we did the bidding, from what it was when we did the bidding for Atlanta.

• 1050

Mr. Ianno: And what was it then?

Mr. Maavara: I think the difference was at least 10¢. So $16 million U.S. was worth considerably fewer Canadian dollars.

We have the chart here in our original report. It was $19.9 million Canadian, as against $29.6 million.

Mr. Ianno: That was four years ago. Did you make money on it?

Mr. Cassaday: No.

Mr. Ianno: Is your bid for the Summer Games public at this time?

Mr. Cassaday: We've told everyone what our bid was. Our bid was $10 million.

Mr. Ianno: Not $14 million?

Mr. Cassaday: No. We had a number of items in the bid, but the bid to the Atlanta organizing committee was $10 million.

Mr. Ianno: Did you think possibly this time around being in Atlanta might be worth more than the $20 million you paid, but it was less because you didn't make money on it? I guess you thought it was worth $10 million, yet you indicated possibly $20 million might be a break–even. Is that what you were indicating earlier?

Mr. Cassaday: Yes.

[*Translation*]

Est–ce que cela répond à votre question?

M. Gallaway: Oui.

M. Ianno: Merci pour votre exposé.

Parlons d'abord des Jeux olympiques de Barcelone. Combien avez–vous payé?

M. Cassaday: Nous avons payé 16 millions de dollars.

M. Ianno: En dollars américains, n'est–ce pas?

M. Cassaday: Exactement.

M. Ianno: Cela fait 22,27 millions de dollars canadiens, n'est–ce pas?

M. Cassaday: Nous avons payé 16,5 millions de dollars américains; je suppose que cela représente par conséquent 20 ou 21 millions de dollars canadiens.

M. Ianno: Cela fait 22,275 millions de dollars canadiens. C'était il y a quatre ans.

M. Gary Maavara (vice–président, Développement et affaires publiques, avocat, CTV Television Network Limited): Le taux de change du dollar canadien était très différent en 1990, quand nous avons fait la soumission, de ce qu'il était lorsque nous avons fait la soumission pour les Jeux d'Atlanta.

M. Ianno: Quel était–il, alors?

M. Maavara: Je crois que la différence était au moins de 10 points. Par conséquent, 16 millions de dollars américains représentaient alors une somme beaucoup moins élevée en dollars canadiens.

C'est indiqué dans le tableau, dans notre premier rapport. C'était 19,9 millions de dollars canadiens au lieu de 29,6 millions de dollars.

M. Ianno: C'était il y a quatre ans. Avez–vous fait des bénéfices?

M. Cassaday: Non.

M. Ianno: Est–ce que le montant de votre soumission pour les jeux olympiques d'été a été rendu public?

M. Cassaday: Nous l'avons dit à tout le monde. Notre soumission était de 10 millions de dollars.

M. Ianno: Pas de 14 millions de dollars?

M. Cassaday: Non. Cette soumission comportait plusieurs points, mais l'offre que nous avons faite au comité organisateur des jeux d'Atlanta s'élève à 10 millions de dollars.

M. Ianno: Avez–vous pensé que la diffusion des jeux d'Atlanta pouvait valoir plus que les 20 millions de dollars que vous avez payés cette fois–ci, tout en offrant moins parce que vous n'aviez pas fait de bénéfices? Je suppose que vous jugeiez que cela valait 10 millions de dollars, mais vous avez dit qu'il serait peut–être possible de rentrer dans ses frais en payant 20 millions de dollars. Est–ce bien ce que vous avez dit?

M. Cassaday: Oui.

[*Texte*]

Mr. Ianno: So in effect when you were doing your numbers you were saying $10 million, but when you add all the production costs and the out–of–town it makes it—

Mr. Cassaday: Travel costs.

Mr. Ianno: Have you ever considered joint ventures with the CBC?

Mr. Cassaday: Yes, we have.

Mr. Ianno: Have you approached them on that?

Mr. Cassaday: Yes, there have been a number of things we have done together. For example, had there been baseball play–offs this year, the CBC would have had access to one of the first rounds of the play–off games.

Mr. Ianno: I would like to go TVA for a moment, please. I was curious about your analogy to the FBDB and some of the other government–sponsored programs. First of all, do you think the government and its agencies run a good business or a bad business?

M. Provencher: Votre question est de savoir si les entreprises publiques...

Mr. Ianno: Or agencies.

M. Provencher: Je pense que la mission d'une entreprise publique n'est pas nécessairement de faire de l'argent. La mission d'une entreprise publique est de fournir à l'ensemble des contribuables des services pour lesquels ils acceptent de payer en fonction des objectifs qui lui sont fixés.

Mr. Ianno: Well, the private sector speaks of the government running a bad business. You are saying in effect government and its agencies are mandated in such a way that they can deliver goods that may sometimes not be equated in the same way as the private sector. Is that what you're saying?

M. Provencher: Oui, à toutes fins utiles, je pense que la responsabilité de l'entreprise publique est de fournir des services qui ne seraient pas disponibles autrement aux Canadiens ou à l'ensemble des contribuables. Je pense que dans le secteur bancaire on a trouvé un mécanisme qui permette d'assurer une forte complémentarité entre les deux.

Mr. Ianno: Do you think the CBC should increase their advertising costs by 50% because they're running their business badly and they can get more money out of it?

M. Provencher: Non. Nous pensons que Radio–Canada doit augmenter sa tarification publicitaire simplement pour refléter l'avantage de son double mode de financement et son accès aux fonds publics. Nous pensons que le fait qu'elle ne tienne pas compte de ses coûts de production peut avoir un effet sur le marché qui est négatif et, par exemple, contribuer à abaisser les tarifications. C'est une question qui a été soulevée dans le passé à plusieurs reprises par le CRTC et les groupes de travail qui ont examiné cette question.

Mr. Ianno: So it's the production costs they're not adding in, and that's why you think it should be higher. How do your rates compare with the CBC rates?

[*Traduction*]

M. Ianno: Par conséquent, quand vous avez fait vos calculs, vous avez ajouté aux 10 millions de dollars tout les frais de production et de...

M. Cassaday: De déplacement.

M. Ianno: Avez–vous envisagé de vous associer à la SRC?

M. Cassaday: Oui.

M. Ianno: En avez–vous discuté avec elle?

M. Cassaday: Oui, nous avons fait plusieurs choses ensemble. Par exemple, s'il y avait eu des finales de baseball cette année, la SRC aurait eu accès à une des premières séries des finales.

M. Ianno: Je vais maintenant m'adresser à TVA pour quelques minutes. La comparaison que vous avez faite avec la Banque fédérale de développement ainsi qu'avec d'autres programmes gouvernementaux m'a intriguée. Est–ce que, d'après–vous, le gouvernement et ses organismes gèrent bien ou mal leurs affaires?

Mr. Provencher: Your question is whether public businesses...

M. Ianno: Ou les organismes.

Mr. Provencher: I think that the mission of a public corporation is not necessarily to make money but to provide to all taxpayers services for which they agree to pay according to the objectives which have been established.

M. Ianno: Pour le secteur privé, le gouvernement ne gère pas bien ses affaires. Vous prétendez qu'en fait le gouvernement et ses organismes sont mandatés pour livrer une marchandise selon des critères différents de ceux qui sont appliqués dans le secteur privé. Est–ce que c'est ce que vous voulez dire?

Mr. Provencher: Yes, to all intents and purposes, I think that the responsibility of the public sector is to provide services which wouldn't be otherwise available to Canadian people or to taxpayers as a whole. I think that in the banking sector, we found a mechanism enabling us to ensure a strong complementarity between both.

M. Ianno: Pensez–vous que la SRC doive augmenter ses tarifs publicitaires de 50 p. 100 parce qu'elle gère mal ses affaires et qu'elle peut gagner plus d'argent?

Mr. Provencher: No. We think that CBC should increase its advertising rates simply to reflect the advantage of their double financing mode and their access to public funds. We think that the fact that it doesn't take its production cost into account can have a negative effect on the market and that it can contribute to lowering rates, for example. This is a matter which has been raised several times in the past by the CRTC and the working group which examined the question.

M. Ianno: Par conséquent, ce sont les coûts de production que la SRC n'ajoute pas aux autres frais, et c'est pourquoi vous estimez que les tarifs devraient être plus élevés. Quelle est la différence entre vos tarifs et ceux de la SRC?

[*Text*]

M. Provencher: Actuellement les tarifs publicitaires qui sont pratiqués par TVA sont légèrement supérieurs à ceux qui sont pratiqués par Radio–Canada.

Mr. Ianno: So you are saying even though it's competitive and it is the same price, what you would recommend is that the CBC increase their advertising costs by 50%, basically to put them out of the market.

M. Provencher: Actuellement, la Société Radio–Canada opère avec un budget d'environ 325 millions de dollars. Cent millions de dollars proviennent du marché publicitaire, donc le tiers de ses revenus sont des fonds autogénérés et le deux–tiers sert à générer une activité commerciale dont elle ne tient pas compte quand elle fixe ses tarifs. Ce que nous disons à votre Comité, c'est que nous pensons qu'il serait raisonnable que Radio–Canada, lorsqu'elle demeure présente sur le marché publicitaire, ait l'obligation de refléter cet avantage de l'utilisation des fonds publics en pratiquant une tarification plus élevée que celle des télédiffusseurs privés.

• 1055

Elle assurera ainsi une complémentarité qui nous apparaît tout à fait nécessaire dans notre système. C'est une règle qui nous apparaît, à nous, tout à fait essentielle.

The Chairman: I am sorry, I am going to have to cut you off.

M^me^ Gagnon, une petite question.

Mme Gagnon: Monsieur Cassaday, plus tôt vous avez parlé de vos correspondants du réseau national CTV pour l'information. Vous n'avez pas nommé de représentants ou de correspondants pour le Québec. Cela veut–il dire que CTV n'inclut pas le Québec? Vous n'avez pas nommé de correspondants à Montréal, par exemple.

Mr. Cassaday: Yes. I we do have a bureau in Montreal, and we do have a relationship with CFCF and Quatre Saisons people in Quebec City.

Mme Gagnon: J'aurais une autre petite question. Elle s'adresse à M. Provencher.

Si on enlève la publicité à Radio–Canada, ne pensez–vous pas que certains marchés seraient plus vulnérables, parce qu'il n'y aurait pas de compétitivité? Je me suis laissé dire que, là où Radio–Canada n'était pas présente, la publicité était tellement chère que certains petits commerçants ou petites entreprises ne pouvaient pas acheter de publicité.

M. Provencher: Si vous faites allusion au marché de la vente locale, Radio–Canada ne sollicite à peu près plus, sinon à Montréal et à Québec, le marché de la vente locale. Je ne vois pas comment les petits marchands ou les petits commerçants auraient de la difficulté à avoir accès aux espaces publicitaires disponibles à la télévision.

Je dois dire aussi que le marché est trop concurrentiel. Dans chacun des marchés régionaux, il existe un ensemble de médias qui sont disponibles aux annonceurs qui ne sont pas uniquement à la télévision. Donc, les tarifs de la télévision sont fixés non seulement en fonction de la concurrence qui est livrée à l'intérieur du marché de la télévision, mais en fonction de la concurrence qui existe dans l'ensemble du marché publicitaire.

[*Translation*]

Mr. Provencher: At the present time, the advertising rates of TVA are slightly above those of CBC.

M. Ianno: Par conséquent, même si les tarifs sont compétitifs et s'ils sont semblables, vous recommandez que la SRC augmente ses tarifs publicitaires de 50 p. 100 pour la mettre hors course, somme toute.

Mr. Provencher: At the present time, the Canadian Broadcasting Corporation operates a budget of about $325 million. One hundred million dollars come from the ad market; so a third of its revenues are internally generated funds and two thirds are used to generate a commercial activity which the Corporation doesn't take into account in establishing its rates. What we are saying to your committee is that we think that it would be reasonable for CBC to be required to reflect that advantage of the use of public funds by having higher rates than those of private broadcasters when it keeps a presence on the ad market.

So it would ensure a complementarity which appears to us quite necessary in our system. This is a rule which appears to us quite essential.

Le président: Je m'excuse, je vais devoir vous interrompre.

Mrs. Gagnon has a brief question.

Mrs. Gagnon: Mr. Cassaday, you spoke earlier of your correspondants of the CTV national network for the news. You didn't appoint representatives or correspondants for Quebec. Does it mean that CTV doesn't include Quebec? You didn't appoint correspondants in Montreal, for instance.

M. Cassaday: Si. Nous avons un bureau à Montréal et nous avons des relations avec des gens de CFCF et de Quatre Saisons à Québec.

Mrs. Gagnon: I would have another brief question. It is directed to Mr. Provencher.

If we take advertising away from CBC, don't you think that some markets would be more vulnerable because there wouldn't be any competition? I was told that where CBC wasn't present, advertising was so expensive that some small merchants or enterprises couldn't bite.

Mr. Provencher: If you are talking about the local sale markets, CBC doesn't solicit that market anymore, except in Montreal and Quebec City. I don't see how small merchants or small businesses would have difficulty to have access to the advertising spaces which are available on television.

I must also say that the market is too competitive. In each regional market, a series of media is available to the advertisers who are not only on television. So, the tv rates are established not only according to the competition outside the television market but also on the basis of the competition which exists on the ad market as a whole.

[*Texte*]

Si nous vendions, par exemple, notre publicité vingt fois les tarifs de la radio, j'imagine que les annonceurs feraient un choix qui ne favoriserait pas toujours la télévision. Cependant, je pense que la télévision s'accapare d'environ 17 p. 100 des recettes publicitaires de l'ensemble des médias, ce qui n'est pas une proportion démesurée.

The Chairman: I am afraid we've got time for only one last question from Bonnie Brown.

Ms Brown (Oakville—Milton): Thank you, Mr. Chairman.

I wanted to get to your first point, which talked about the quotas you have to live up to as a condition of your licence. Do all the other networks have such quotas and is the CBC the only one that does not?

Mr. Cassaday: We are the only other network. There are only two networks, CTV and CBC.

Ms Brown: I thought CanWest Global was a network.

Mr. Cassaday: That's another interesting point. To clarify, they are not defined as a network and they do not have network obligations.

Ms Brown: In fact you have quotas and CBC does not. Is that correct?

Mr. Cassaday: We have quotas to do specific amounts of Canadian drama in prime time. We have conditions regarding the numbers of drama hours on a per annum basis. To the best of my knowledge the CBC does not have any specific requirements so is allowed to pre–empt their Canadian drama for significant amounts of sports programming—for example, during the months of April, May and June, almost in its entirety, round after round of NHL play–offs.

Ms Brown: I wanted to get to your Canadian programming. Do you do any of your own development or do you pretty well do it from the private producers like the Telefilm type of people who put together programs and you purchase from them? Or do you do any in your own studios?

Mr. Cassaday: We work with the independent production community. Telefilm is a funding agency as opposed to a creative development resource. We work with the independent production community for the development of drama. We work independently on the production of sport, news and long–form news, current affairs programming like *W5* and documentaries in–house. All of our dramatic production is done with the independent production community.

Ms Brown: I am just wondering if your Canadian programming, which you're now required to put into prime time, is equally financed by the taxpayer through Telefilm, which hands out money to these independent producers.

• 1100

Mr. Cassaday: Here we have what I would venture a lot of money on will be the top three hour dramas on the air—*Due South*, *TekWar*, and *Lonesome Dove*—and there's not one dollar of Telefilm money in those productions.

Ms Brown: Strictly private enterprise companies put all those together?

[*Traduction*]

If we sold for example our advertising at rates which are 20 times higher than radio rates, I imagine that advertisers would make choices which wouldn't always be in favor of television. However, I think that television gathers about 17% of the advertising revenues of media as a whole, which is not disproportionate.

Le président: Il ne reste malheureusement plus de temps que pour une seule question de M^me^ Brown.

Mme Brown (Oakville—Milton): Merci, monsieur le président.

Ma question se rapporte au premier commentaire que vous avez fait, à propos des quotas que vous devez respecter pour remplir les conditions d'obtention de votre licence. Est–ce que tous les autres réseaux ont aussi des quotas et est–ce que la SRC est le seul à ne pas en avoir?

M. Cassaday: Nous sommes le seul autre réseau. Il n'y a que deux réseaux, CTV et la SRC.

Mme Brown: Je pensais que CanWest Global était un réseau.

M. Cassaday: C'est une autre remarque intéressante. Je tiens à préciser qu'on ne considère pas cette compagnie comme un réseau et qu'elle n'a pas les mêmes obligations que les réseaux.

Mme Brown: En fait, vous avez des quotas et la SRC n'en a pas. Est–ce exact?

M. Cassaday: Nous sommes obligés d'avoir une certaine quantité d'émissions dramatiques canadiennes aux heures de grande écoute. Nous sommes obligés de diffuser de telles émissions pendant un certain nombre d'heures par an. Pour autant que je sache, la SRC n'a pas d'obligations précises, et, par conséquent, elle peut diffuser moins d'émissions dramatiques pour donner la priorité aux sports; par exemple, pendant les mois d'avril, mai et juin, elle diffuse toute les finales de la LNH.

Mme Brown: Parlons de vos émissions canadiennes. Diffusez–vous des émissions que vous avez produites vous–mêmes ou achetez–vous la plupart du temps des émissions produites par des studios privés comme Telefilm? Produisez–vous certaines émissions dans vos propres studios?

M. Cassaday: Nous nous adressons à des producteurs indépendants. Téléfilm est un organisme de financement et non un organisme de création. Nous nous adressons aux producteurs indépendants pour les émissions dramatiques. Nous produisons par nous–mêmes les émissions sportives, les émissions d'information et d'actualité comme *W5* ainsi que des documentaires. La totalité de notre production dramatique est assurée par des producteurs indépendants.

Mme Brown: Je me demandais si vos émissions canadiennes, que vous êtes obligés de passer aux heures de grande écoute, sont également financées par les contribuables par le biais de Téléfilm, qui accorde des subventions à ces producteurs indépendants.

M. Cassiday: Nous investissons, je dirai, des sommes énormes dans les trois principales émissions dramatiques d'une heure que nous diffusons, c'est–à–dire *Due South*, *TekWar*, et *Lonesome Dove*, et pas un sou ne vient de Téléfilm.

Mme Brown: Ces productions sont donc strictement financées par des entreprises privées?

[*Text*]

Mr. Cassaday: They're all funded by the producers, by other broadcasters around the world, and by CTV.

The Chairman: We had other questioners, but Mr. Harvard is here with his committee.

This meeting stands adjourned.

[*Translation*]

M. Cassiday: Elles sont toutes financées par les producteurs, par d'autres radiodiffuseurs du monde entier et par CTV.

Le président: Il y avait d'autres personnes qui voulaient poser des questions, mais M. Harvard est là avec son comité.

La séance est levée.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid Port payé
Lettermail Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the Canadian Conference of the Arts:

Keith Kelly, National Director;

Murray Krantz, Policy Analyst.

From CTV Television Network Limited:

John Cassaday, President and Chief Executive Officer;

Gary Maavara, Vice–President, Development and Public Affairs, Counsel.

From Le Réseau TVA:

André Provencher, Executive Director, Development and Regulatory Affairs.

TÉMOINS

De la Conférence canadienne des arts:

Keith Kelly, directeur général;

Murray Krantz, analyste des politiques.

De CTV Television Network Limited:

John Cassaday, président et chef de la direction;

Gary Maavara, vice–président, Développement et affaires publiques, avocat.

Du Réseau TVA:

André Provencher, directeur général, Développement et affaires réglementaires.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

CA1
XC 28
-C13

Government
Publications

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 36

Wednesday, October 26, 1994

Chair: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 36

Le mercredi 26 octobre 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of the Canadian Broadcasting Corporation

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la Société Radio–Canada

---

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)



First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chair: John Godfrey

Vice–Chairs: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Associate Members

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidents: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakvillle—Milton)
Jan Brown (Calgary–Sud–Est)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Membres associés

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

WEDNESDAY, OCTOBER 26, 1994
(43)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 3:35 o'clock p.m. this day, in Room 209, West Block, the Chair, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Bonnie Brown, Jan Brown, John Cannis, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Tony Ianno, Suzanne Tremblay.

Acting Member present: Paul Steckle for Glen McKinnon.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: From «La Coalition pour la défense des services français de Radio–Canada»: France Dauphin, President; Lillian Campbell, Secretary. *From «La Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada»:* Gino LeBlanc, Second Vice–President; Marc Godbout, Executive Director; François Boileau, Counsel.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee resumed its study of the Canadian Broadcasting Corporation (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Thursday, September 22, 1994, Issue No. 26*).

By unanimous consent, it was agreed—That the Chair of the Committee ask, in accordance with Standing Order 119.1(1), the permission of the House to televise the meeting of Tuesday, November 1, 1994 at 9:00 o'clock a.m., in Room 269, West Block.

France Dauphin made an opening statement, and with the other witness from «La Coalition pour la défense des services français de Radio–Canada», answered questions.

Gino Leblanc and Marc Godbout each made an opening statement, and with the other witness from «La Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada», answered questions.

At 5:29 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE MERCREDI 26 OCTOBRE 1994
(43)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 15 h 35, dans la salle 209 de l'édifice de l'Ouest, sous la vice–présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Bonnie Brown, Jan Brown, John Cannis, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Tony Ianno et Suzanne Tremblay.

Membre suppléant présent: Paul Steckle remplace Glen McKinnon.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: De la Coalition pour la défense des services français de Radio–Canada: France Dauphin, présidente; Lillian Campbell, sectrétaire. *De la Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada:* Gino LeBlanc, deuxième vice–président; Marc Godbout, directeur général; François Boileau, avocat–conseil.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité poursuit son étude de la Société Radio–Canada. (*Voir les Procès–verbaux et témoignages du jeudi 22 septembre 1994, fascicule nº 26*).

Sur consentement unanime, il est convenu—Que, conformément au pragraphe 119.1(1) du Règlement, le président du Comité demande la permission à la Chambre de faire télédiffuser la séance du mardi, 1er novembre à 9 heures, à la salle 269 de l'édifice de l'Ouest.

France Dauphin fait un exposé et, avec d'autres témoins de la «Coalition pour la défense des services français de Radio–Canada», répond aux questions.

Gino LeBlanc et Marc Godbout font chacun des exposés et, avec d'autres témoins de la «Fédération des communautés francophones ete acadienne du Canada», répond aux questions.

À 17 h 29, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Wednesday, October 26, 1994

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le mercredi 26 octobre 1994

• 1530

The Chair: Order.

Ladies and gentlemen, I have a few announcements to make of a housekeeping variety. The first is that the CBC has responded to several of our questions. I haven't had a chance to look through them, but I'll distribute the answers to the committee members, and for those who are either not here yet or will not be here at all, we'll make sure that their offices get them.

Secondly, I've received representation from a number of committee members about the inappropriateness of scheduling an evening meeting on Wednesday, November 2. The inappropriateness was registered particularly strongly on this side of the House. Well, your chairman is a gracious chairman, hears all and tries to do his best, so we have rescheduled. We will not be meeting next Wednesday, November 2. We are meeting this evening.

Le président: La séance est ouverte.

Mesdames et messieurs, j'ai quelques petites communications d'ordre administratif à vous faire. La première, c'est que la SRC a répondu à plusieurs de nos questions. Je n'ai pas encore eu l'occasion de les lire, mais je vais distribuer aux membres du Comité les documents qu'elle nous a envoyés et m'assurer que ceux qui ne sont pas encore ici ou qui ne viendront pas, les recevront à leur bureau.

La deuxième chose, c'est que plusieurs membres du Comité m'ont faut savoir qu'il le serait difficile d'assister à une réunion en soirée le mercredi 2 novembre. En l'occurrence, ce sont les députés de ce côté–ci de la Chambre qui l'ont surtout signalé. Votre présidence étant un homme accommodant qui essaie de faire de son mieux pour plaire à tous, nous avons modifié le calendrier de nos réunions. Il n'y aura pas de séance le mercredi 2 novembre et c'est pourquoi nous nous réunissons ce soir.

• 1535

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Are you having a party?

The Chair: We're having a party, and you're not invited.

A voice: It's their party. You know that song.

The Chair: You can come if you want to.

Mrs. Tremblay: We have one tonight. I'm going to it.

The Chair: You have a party?

Mrs. Tremblay: Yes, I'll be late for the party because we're sitting.

The Chair: Where's my invitation?

Mrs. Tremblay: It's not for you.

The Chair: I'm crushed.

When is your party, Jan? Is there no party?

Mrs. Brown (Calgary Southeast): We had one. You weren't invited either.

The Chair: We're just a bunch of social rejects.

We will be rescheduling. People have been very tolerant with us because we've rescheduled them about three times. We're going to have a new meeting on Thursday, November 17, at 3:30 p.m. for two of the groups: SARDEC and the *association des réalisateurs de radio*. Then we'll tack on 30 minutes for the third group, the *association des réalisateurs de télévision*, on November 29 between 9 a.m. and 11 a.m. So we've taken care of that.

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Vous organisez une petite fête?

Le président: Oui, et vous n'êtes pas invitée.

Une voix: C'est ma fête... Vous connaissez surement cette chanson.

Le président: Vous pouvez venir si le coeur vous en dit.

Mme Tremblay: Nous en avons une ce soir et j'y vais.

Le président: Vous avez une petite fête?

Mme Tremblay: Oui, et je vais être en retard parce que nous avons une réunion.

Le président: Où est mon invitation?

Mme Tremblay: Vous n'êtes pas invité.

Le président: J'ai le coeur brisé.

Quand allez–vous avoir votre petite fête, Jan? Vous n'en organisez pas une?

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Nous avons déjà fêté et vous n'étiez pas invité non plus.

Le président: Nous sommes tous des parias.

Nous allons remanier notre programme. Les gens ont été très tolérants avec nous parce que cela fait à peu près trois fois que nous remettons leur comparution. Nous allons avoir une nouvelle réunion le jeudi 17 novembre à 15h30 pour deux des groupes: SARDEC et l'Association des réalisateurs de radio. Puis, nous allons consacrer 30 minutes au troisième groupe de témoins, soit l'Association des réalisateurs de télévision, le 29 novembre entre 9 heures et 11 heures. C'est donc chose réglée.

[*Texte*]

The third question is one of seeking your reaction to a proposal I got this afternoon. It was from the bureau chief of CBC television, but it was in the name of all the television networks. As you know, Mr. Manera is appearing before us next Tuesday between 9 a.m. and noon. The proposal is that the parliamentary press gallery will formally request that we allow the presence of a pool crew with two cameras to cover off all the proceedings for that time.

I was under perhaps the mistaken impression that we either had to have CPAC, the official parliamentary channel, from gavel to gavel, or nothing. Otherwise, we just had them in and they did their little thing at the beginning. However, you may recall that at the time Mr. Martin was making his budget presentation in the CPAC room, 253–D, at the very same time Doug Lewis was appearing on the CSIS thing. They had a pool crew in there covering them.

I'm chasing all of this down and I'm about to invoke the Derek Lee precedent, but I wanted a reaction from you. Did you have any objection to the pool crew being here, providing we don't inadvertently violate some antique regulation of this House? Are there any problems with anybody doing that?

Mme Tremblay: Pourquoi télévise–t–on cela, tout d'un coup?

Le président: On nous l'a demandé. Ils trouvent cela intéressant. Ils veulent voir ce qu'ils vont dire. Normalement, on devrait avoir quelques séances télévisées au fur et à mesure que la pièce 253–D devient disponible. C'est tout à fait par hasard que cela se fait aujourd'hui. En principe, nous aurions dû le faire hier mais nous avons été remplacé par le Comité permanent des finances.

Mme Tremblay: Je trouve cela bizarre que c'est tout à fait par hasard qu'on veuille téléviser le jour où le président de Radio–Canada vient devant le Comité.

Le président: Ce n'est pas par hasard. Ce n'est pas le service de radiodiffusion officiel de la Chambre.

Mme Tremblay: Qui veut téléviser?

Le président: Ce sont les réseaux, Radio–Canada et CTV. Ils vont faire un *pool*. Donc, tout les réseaux qui le veulent, peuvent en profiter, mais il n'y aura que deux caméras.

Is it generally okay? We may get—

Mme Tremblay: Je ne suis pas trop friande de la télévision.

Le président: J'espère que ce ne sera pas dérangeant. Ils ne bougeront pas.

Mme Tremblay: Je ne vois pas pourquoi on vient téléviser le président de Radio–Canada. Vraiment, je ne comprend pas cela. Est–ce un «ego–trip»?

Le président: Ce n'est pas lui qui en a fait la demande. C'est par hasard que ce soit son réseau. Il veut peut–être être mieux payé, je ne sais pas.

Mme Tremblay: Je suis d'accord à la condition que lorsque le syndicat viendra, on télévise également. Qu'on télévise le président et le syndicat.

[*Traduction*]

La troisième chose dont j'ai à vous parler concerne une proposition que j'ai reçue cet après–midi. Elle provenait du correspondant en chef de la Télévision Radio–Canada, mais elle a été présentée au nom de tous les réseaux de télévision. Comme vous le savez, M. Manera va comparaître mardi prochain, entre 9 heures et midi. Ce qu'il m'a dit, c'est que la tribune de la presse parlementaire va officiellement demander que nous autorisions une équipe de deux camramen à couvrir la séance au complet.

Je croyais, à tort peut–être, que la CPAC, la chaîne parlementaire officielle, devait assurer la couverture du début à la fin. Autrement, elle se serait contentée d'enregistrer le tout début de la séance. Vous vous souviendrez peut–être cependant qu'au moment même où M. Martin présentait son budget dans la salle de la CPAC, la pièce 253–D, Doug Lewis comparaissait au sujet du SSPRS. Une équipe était là pour assurer la couverture.

J'essaie de voir de quoi il retourne et je suis sur le point d'invoquer le précédent créé par Derek Lee, mais je voulais savoir ce que vous en pensiez. Avez–vous des objections à la présence d'une équipe de cameramen ici, à condition bien sûr de ne pas violer par inadvertance quelques règles antiques de la Chambre? Quelqu'un y voit–il un problème?

Ms. Tremblay: Why broadcast that, all of a sudden?

The Chairman: They requested that we allow them to send a crew in. They find that very interesting. They want to know what will be said. Normally, we should have some coverage when room 253–D becomes available. It is sheer coincidence that this is happening today. As a matter of fact, we should have been there yesterday, but we were replaced by the Standing Committee on Finance.

Ms. Tremblay: I find it very strange that all of a sudden they want broadcasting on the very day that the Chairman of the CBC appears before the committee.

The Chairman: That is not sheer coincidence. This is not the official broadcasting service of the House.

Ms. Tremblay: Who wants broadcastings?

The Chairman: The networks, CBC and CTV. They are going to pool their resources. Therefore, the broadcasting will be available to all the networks, but there will only be two cameras.

Les membres du Comité sont–ils d'accord? Nous pourrions. . .

Ms. Tremblay: I am not too keen on television.

The Chairman: I hope that it won't be too disturbing. They won't move.

Ms. Tremblay: I don't see why the Chairman of CBC would want to be on television. I sincerely don't understand. Is that an ego trip?

The Chairman: The request didn't come from him. It is a coincidence that it should be his network. Maybe he wants a pay raise, I don't know.

Ms. Tremblay: I agree as long as there will be broadcasting when we meet the union. Let there be broadcasting of both, the Chairman and the union.

[*Text*]

Le président: Si on nous offre de téléviser. . .

Mme Tremblay: Ce n'est pas là la question. Nous allons faire les démarches nécessaires pour téléviser les débats au moment où le syndicat viendra.

• 1540

Il me semble qu'il est normal que les deux parties soient entendues.

Le président: Je le veux bien, si on s'entend là–dessus. De toute façon, ils viennent téléviser ce soir. Donc, ce soir, ce sera télévisé à la Chaîne parlementaire, dans la pièce 253–D.

We have television tonight, for the union, so that problem's resolved.

Having solved that, have I got general agreement for this arrangement?

Some hon. members: Agreed.

The Chair: Okay, on we go.

Aujourd'hui, nous recevons deux organismes. Nous sommes très heureux de vous voir et je regrette que nous ayons eu à faire ce travail avant la présentation officielle. Nous avons reçu, en français, un mémoire de la Coalition pour la défense des services français de Radio–Canada. J'espère que mes collègues anglophones ne vont pas quitter la salle parce que c'est uniquement en français. Plus tard, dans l'après–midi, nous rencontrerons la Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada.

Je demande donc aux deux invités de la Coalition pour la défense des services français de Radio–Canada, mesdames France Dauphin et Lillian Campbell, de faire leur présentation. Elles auront dix minutes pour le faire.

Monsieur Ianno?

Mr. Ianno (Trinity—Spadina): I have just a general information question, if possible.

The Chair: Sure.

Mr. Ianno: Did we receive this information at our offices beforehand?

The Chair: No.

Mr. Ianno: Is it possible—and I know I brought it up a couple of weeks ago—that we have the briefs beforehand, and we delay the participation of those who cannot supply them until they have that taken care of?

The Chair: It is the preferable route.

Mr. Ianno: I think it's probably one of the only routes, considering that there's quite a bit, and I can sit and just listen, but in order to be able to ask any intelligent questions I think it would be helpful to have some of the information beforehand.

The Chair: First of all, the difficulty is that different organizations have greater or lesser capacity to deliver these things, given their other requirements, if they don't have a lot of time. It is a form of self–penalty if they don't choose to deliver. If people can't, for whatever reason, deliver the document ahead of time, then clearly. . .

[*Translation*]

The Chairman: If we are offered the broadcasting. . .

Ms. Tremblay: That's not the point. We will make the necessary arrangements to have a broadcast of the proceedings when we meet the union.

It seems normal to me that both parties should be heard.

The Chairman: I agree, as long as it's understood. Anyway, we will have broadcasting tonight on the parliamentary channel, in room 253–D.

Nous aurons la télévision, ce soir, pour le syndicat, ce qui règle le problème.

Cela dit, est–ce que tout le monde est d'accord?

Des voix: D'accord.

Le président: Parfait, allons–y.

Today, we are hearing two organizations. We are very happy to see you and I'm sorry that we had to do all that before your official presentation. We received a brief, in French, from the Coalition pour la défense des services français de Radio–Canada. I do hope that my English colleagues won't leave the room because it is in French only. Later on, this afternoon, we will meet the Fédération des communautés francophones et acadiennes du Canada.

I would now ask our two witnesses from the Coalition pour la défense des services français de Radio–Canada, Ms. France Dauphin et Ms. Lillian Campbell, to give us their presentation. They will have ten minutes to do so.

Mr. Ianno?

M. Ianno (Trinity—Spadina): J'aurais une question d'ordre général à poser, si vous me le permettez.

Le président: Allez–y.

M. Ianno: Ces mémoires ont–ils été envoyés à nos bureaux avant la réunion?

Le président: Non.

M. Ianno: Serait–il possible—et je sais que j'ai déjà abordé la question il y a une semaine ou deux—que les mémoires nous soient présentés à l'avance, quitte à remettre à plus tard la comparution des témoins?

Le président: Ce serait la solution souhaitable.

M. Ianno: Je dirais que c'est probablement l'une des seules solutions possibles étant donné que nous avons pas mal de matière à couvrir. Je pourrais me contenter d'écouter, mais je pense que pour pouvoir poser des questions intelligentes, il serait utile d'avoir à l'avance certains renseignements.

Le président: Le problème, c'est que certains organismes pourraient ne pas vraiment être en mesure de nous fournir ces documents à l'avance s'ils disposent de peu de temps. Ils se punissent eux–mêmes en ne nous faisant pas parvenir la documentation à l'avance. S'il leur est impossible de le faire, pour quelque raison que ce soit, alors, de toute évidence. . .

[*Texte*]

Mr. Ianno: My understanding is the reason we're having witnesses is so we can make intelligent decisions as to what we may want to recommend. So I think the penalization comes more to me than to the witneses.

The Chair: Well, it's a loss all the way around.

Mr. Ianno: So maybe we should consider even a motion that if we don't have the information beforehand—because today they have it—that we postpone it by a couple of days or whatever the scheduling allows.

The Chair: How would we do that? What would we do with the 45 minutes that have been allotted for them and how would we reschedule them in an already very tight schedule?

Mr. Ianno: Well, we may not be able to reschedule; at that point it may hurt us, and we'll just have their briefs.

Secondly, on the 45 minutes, considering you've already packed the meetings very tightly anyway, we may have more time to ask some of the questions of the witnesses that do come and who have the briefs prepared for us.

The Chair: I think we live in an imperfect world, and I'm in your hands on this one, but I understand that different groups have had more or less time to prepare for these sessions and they have greater or lesser limitations.

Mr. Ianno: Mr. Chairman, why is it that whenever we have the time, somehow we have it available? So possibly, internally, what we should do is request it a week before and if we don't have it then we are able to change our scheduling.

The Chair: Well, as Madam Diotte points out, we do ask but we're not in a position to oblige. We're asking people to appear voluntarily before us.

Mr. Ianno: I understand that, but they're having it ready for us anyway.

The Chair: All I can suggest is that we live in an imperfect world. Frankly, I don't know what more we can do.

Mr. Ianno: I'm sorry; this is no reflection on you. We have to deal with this and we seem to having this with most of the witnesses, so this is no reflection on you whatsover.

Mme Tremblay: Je pense que notre collègue a tout à fait raison. C'est dommage que nous fassions ce débat devant ces personnes. Ce n'est pas la première fois que cela se produit. C'est comme cela depuis qu'on siège ici. Vous n'êtes pas une exception.

• 1545

La démocratie, ça prend du temps. Si on est démocrate, on donne au monde le temps nécessaire pour se présenter devant nous, surtout qu'ils le font sur une base volontaire. Qu'est-ce qui nous presse tant d'en finir pour le 16 décembre? De toute façon, on sera trop tard pour le budget de cette année.

[*Traduction*]

M. Ianno: À moins que je me trompe, nous rencontrons des témoins afin de pouvoir faire des recommandations intelligentes. Je dirais donc que c'est moi qui est puni, et non pas les témoins.

Le président: Nous perdons tous au change.

M. Ianno: Nous devrions peut-être envisager d'adopter une motion selon laquelle nous reporterions de quelques jours ou à une date qui convienne la comparution des témoins qui ne nous fournissent pas l'information à l'avance—quoique nos témoins d'aujourd'hui aient leurs documents en main.

Le président: Comment vous y prendriez-vous? Que ferions-nous durant les 45 minutes qui leur sont allouées et comment vous y prendriez-vous pour réaménager un horaire des réunions déjà très chargé?

M. Ianno: Il se pourrait qu'il nous soit impossible de reporter la comparution; nous pourrions en souffrir, et nous devrons nous contenter des mémoires.

Quant à la question des 45 minutes, étant donné que nous avons déjà un horaire très chargé, nous aurions tout simplement plus de temps pour poser des questions aux témoins qui ont pris la peine de rédiger un mémoire.

Le président: Nous vivons dans un monde imparfait et je vais m'en remettre à vous, mais je crois savoir que différents groupes ont eu plus ou moins de temps pour se préparer et que tout dépend de leurs ressources.

M. Ianno: Monsieur le président, comment se fait-il que lorsque nous disposons de suffisamment de temps nous parvenons à avoir les documents? Nous devrions donc demander qu'ils nous soient envoyés une semaine à l'avance de manière à pouvoir modifier l'horaire des réunions s'ils ne nous sont pas présentés.

Le président: Comme M^me^ Diotte l'a signalé, nous pouvons toujours le demander, mais nous ne pouvons pas l'exiger. C'est de leur plein gré que les gens comparaissent devant nous.

M. Ianno: Je comprends cela, mais il reste qu'ils doivent nous faire parvenir leur exposé.

Le président: Tout ce que je peux dire, c'est que nous ne vivons pas dans un monde parfait. Honnêtement, je ne vois pas ce que nous pourrions faire d'autre.

M. Ianno: Je suis désolé, car cela n'a rien à voir avec vous. Le problème se pose dans le cas de la plupart des témoins, et je ne m'en prends pas à vous personnellement.

Ms. Tremblay: I think that my colleague is quite right. It is too bad that we have to discuss that in front of those witnesses. This is not the first time that this happens. It's been like that since the beginning. You are no exception.

Democracy is a time-consuming process. If we want to be democratic, we have to give people enough time to be heard, especially since they come voluntarily. Why are we in such a rush to be done by December 16? Anyway, we will be too late for this year's budget.

[*Text*]

En ce qui a trait à Radio–Canada, nous avons pris nos décisions au mois de mars ou avril. Depuis mars dernier, nous attendons un rapport du ministre, le rapport SECOR, et on ne l'a toujours pas. On peut quand même vivre deux ou trois mois de plus avec cela.

Personnellement, je suis un peu à bout de souffle—je ne vous le cache pas—de «rusher», de rogner dans mes nuits pour lire des documents afin d'arriver ici préparée. Je ne suis plus capable et on n'est plus capable de subir ce rythme, surtout qu'on n'est pas capable d'obtenir les documents à l'avance. Cela met le personnel à bout, cela nous met à bout. On siège depuis trois jours consécutifs et ce soir, il faut recommencer, demain cela continue, alouette... C'est trop! Donc, on est moins performants et c'est moins intéressant également pour les témoins.

Je pense qu'il faudra trouver une solution pour qu'on soit moins coincés dans le temps. On n'a pas le temps d'aller au fond des choses. Les gens viennent, mais on n'a pas le temps de poser des questions. On en pose deux ou trois de l'autre côté, une ou deux de notre côté. Ce n'est pas satisfaisant comme travail. Je regrette, mais je pense que nous avons des choses à revoir.

Le président: C'est le même phénomène partout, il y a beaucoup de comités, celui des finances, des ressources humaines, etc., qui sont également coincés et, dans certains cas, même plus que nous. Si on ne s'entend pas pour terminer le rapport d'ici le 1er mars, cela veut dire qu'on passera toute l'année à ne discuter que de cela. Il y a également les droits d'auteur, il y a des tas de choses à faire!

Mme Tremblay: Le Comité permanent des ressources humaines a annoncé aux gens qu'ils avaient jusqu'au 14 novembre pour déposer leurs mémoires. Ils ne siègent pas actuellement. Ils ne sont pas en train de recevoir des groupes.

Mme Gagnon (Québec): On vient d'avoir une note comme quoi c'est prolongé.

Mme Tremblay: Ils donnent suffisamment de temps aux témoins pour se préparer. Après la date limite pour recevoir les mémoires, ils commenceront à siéger de façon intensive, mais ils auront eu le temps de faire faire un travail préliminaire.

Le président: Hélas, on nous a demandé de livrer notre rapport au début de l'année, ou aussitôt que possible. Donc, ou bien on ignore cette demande...

Mme Tremblay: Le gouvernement devait déposer aussitôt que possible la loi sur les droits d'auteur et on ne l'a toujours pas. Donc, «aussitôt que possible» va dans les deux sens, l'élastique se tire des deux bords.

Le président: Il faut faire une chose à la fois. On travaille d'abord sur Radio–Canada et ensuite sur les droits d'auteur?

Mrs. Brown (Calgary Southeast): With all due respect to Madam Tremblay, I don't know about the rest of you, but I find that being here, Mr. Ianno, and hearing the expert witnesses really does help a lot in the formulation of my questions. I also give a great deal of thanks to our clerks who do give us work in terms of backgrounders.

We are really far enough into this whole review that we all have some idea of where we're moving. Quite frankly, I don't even have time to read what I get. I've got a stack now this high, believe me, on my shelves. I'm beyond it, Suzanne, right now in terms of reading. I really am.

[*Translation*]

As regards CBC, we made our decisions in March or April. We have been waiting for a report from the Minister since last March, the SECOR report, and we still don't have it. We could give ourselves two or three more months.

Personally, I have had enough of rushing—I'm being frank with you—I have had enough of not getting enough sleep so I can read everything and be prepared. I can't do it anymore and I don't think that we can go on like that, especially if we can't get the briefs ahead of time. Our staff is exhausted and we are exhausted too. We have been sitting three days in a row, we're still working at it tonight and we will go on tomorrow, and again... It's too much! We don't perform as well and it is not as interesting for the witnesses.

I think that we will have to find a solution so we're not so rushed. We don't have time to go to the bottom of things. People come, but we don't have time to ask questions. They ask two or three on the other side and we ask one or two on our side. That is not satisfactory. I regret to have to say so, but we will have to review the matter.

The Chairman: This is the same everywhere. There are many committees, like Finance, Human Resources, etc. in the same situation and it's even worse in some cases. If we don't agree on writing our report for March 1, we will spend the whole year dealing with that only. We also have to look into the question of copyright, we have so much to do!

Ms. Tremblay: The Standing Committee on Human Resources has let it be known that people have until November 14 to present their brief. The committee is not sitting right now. It's not hearing any witnesses.

Ms. Gagnon (Québec): We just had a memo saying that the deadline had been postponed.

Ms. Tremblay: They're giving witnesses enough time to get ready. After the deadline to receive the briefs, they will sit day after day, but they will have had time to do preliminary work.

The Chairman: Unfortunately, we were asked to report at the beginning of the year, or as soon as possible. Therefore, either we overlook that request...

Ms. Tremblay: The government was supposed to present its copyright legislation as soon as possible and we still don't have it. So, when they say "as soon as possible", it should work both ways.

The Chairman: We can only do one thing at a time. Shall we now look at CBC and get on with the copyright legislation later.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Soit dit sans vouloir offenser Mme Tremblay, je ne sais pas ce qu'en pensent les autres, mais je dois dire, monsieur Ianno, que le seul fait d'entendre ici les divers témoignages m'aide vraiment à formuler mes questions. J'apprécie aussi beaucoup le travail de nos greffiers qui veillent à la préparation de nos notes d'information.

Nous étudions cette question depuis assez longtemps pour avoir une idée de ce que nous voulons. Je vous le dis honnêtement, je n'ai pas le temps de lire tout ce que je reçois. J'ai une pile haute comme cela, croyez–moi, sur mes étagères. Je suis dépassée, Suzanne, par tout ce que j'ai à lire. Vraiment.

[*Texte*]

Le président: Nous allons continuer à discuter de cette affaire, mais pas devant nos pauvres témoins. Allez–y et excusez–nous une fois de plus.

Mme Tremblay: On va leur donner 45 minutes.

Mme France Dauphin (présidente, Coalition pour la défense des services français de Radio–Canada): Bonjour mesdames, bonjour messieurs, mon nom est France Dauphin. Je suis présidente de la Coalition pour la défense des services français de Radio–Canada. J'aimerais vous présenter ma compagne, madame Lillian Campbell qui est secrétaire de cette organisation.

Mme Lillian Campbell (secrétaire, Coalition pour la défense des services français de Radio–Canada): Bonjour mesdames et messieurs

I will say a few words in English. It's not for lack of respect that we did not do this work beforehand. It was for lack of time. We're all doing this on Saturdays and Sundays and evenings.

Mr. Ianno: We appreciate that. That's why we said earlier that it has no reflection on the witnesses who come. It's just a matter of the procedure for myself as a member.

Mme Campbell: Je tenais à faire ce commentaire.

I wanted to make this comment. Thank you.

• 1550

Mme Dauphin: La Coalition pour la défense des services français de Radio–Canada est un large regroupement d'organismes représentant les journalistes, les recherchistes, les techniciens, les professionnels, les acteurs, les compositeurs, les musiciens, les scénaristes, les réalisateurs, en fait, les artistes et les artisans de la production radio–télévisuelle des services français de Radio–Canada. Nous sommes les porte–parole de la plus vaste coalition d'artisans qui font la télévision au Canada. Les émissions que nous faisons sont en français, ce sont celles du réseau français de la Société Radio–Canada.

Premièrement, nous sommes ici pour affirmer la nécessité d'une télévision publique forte; deuxièmement, pour démystifier les coûts de la production à la radio et à la télévision et; troisièmement, pour dénoncer le partage des ressources fait par la direction de la SRC. Enfin, nous aimerions suggérer des mesures de redressement dans l'utilisation des fonds publics.

Pour ce qui est du mandat de la SRC, la question à laquelle vous voulez répondre dans le cadre de cet exercice démocratique qu'est un comité parlementaire est: Les contribuables ont–ils les moyens de continuer de se payer une télévision publique? Cependant, la vraie question pour nous est: Le Canada a–t–il les moyens de se priver de la télévision publique?

Nous disons: Non, pas question. La SRC est le dernier outil du patrimoine pour forger et diffuser une culture canadienne. Il faut être conscient qu'en cette fin de siècle, l'identité culturelle passe par la communication de masse. Les prochaines années vont donner lieu à une pénétration de plus en plus forte des produits culturels étrangers. Pour éviter que la culture des autres remplace la nôtre, les Canadiens doivent avoir une présence forte dans les média de masse. Cela veut

[*Traduction*]

The Chairman: We will continue our discussion, but not in front of our poor witnesses. Go ahead and please, excuse us once more.

Ms. Tremblay: We will give them 45 minutes.

Ms. France Dauphin (President, Coalition pour la défense des services français de Radio–Canada): Good afternoon, ladies and gentlemen. My name is France Dauphin. I am President of la Coalition pour la défense des services français de Radio–Canada. I would like to introduce my colleague, Ms. Lillian Campbell, who is the Secretary of our organisation.

Ms. Lillian Campbell (Secretary, Coalition pour la défense des services français de Radio–Canada): Good afternoon, ladies and gentlemen.

Je vais dire quelques mots en anglais. Ce n'est pas par manque de respect que nous ne vous avons pas présenté notre exposé à l'avance. C'est par manque de temps. Nous avons dû y consacrer une partie de nos samedis, de nos dimanches et de nos soirées.

M. Ianno: Nous comprenons cela. C'est pourquoi nous avons dit tout à l'heure que cela n'avait rien à voir avec vous personnellement. C'est purement une question de procédure que je tenais à soulever en tant que membre du Comité.

Ms. Campbell: I wanted to make this comment.

Je tenais à faire ce commentaire. Merci.

Ms Dauphin: The Coalition pour la défense des services français de Radio–Canada (Coalition for the Defence of CBC French–language services) is a broadly–based group of organizations representing reporters, researchers, technicians, professionals, actors, composers, musicians, script writers, producers, in fact all the artists and crafts people involved in producing radio and television French–language services for CBC. We are the spokespersons of the largest coalition of crafts people working in television in Canada. The programs we produce are in French. They are the programs of the French network of the CBC.

First, we are here to affirm the need for a strong public television; second to demystify radio and television production costs; and third to denounce the way resources are distributed by CBC management. In conclusion we would like to suggest certain steps so as to correct the way public funds are used.

As regards the mandate of CBC, the question to which you as a Parliamentary committee want to respond within the context of this democratic exercise is the following: Can taxpayers continue to afford to have public television? However, we believe the real question is: Can Canada afford to do without public television?

We believe that it certainly cannot. The CBC is the last heritage tool available to us to build and disseminate Canadian culture. We must realize that on the eve of the 21st century, cultural identity necessarily implies mass communication. The next few years will see increased penetration by foreign cultural products. To avoid the culture of other countries replacing our culture, Canadians must have a strong presence in the mass media. That means that the public must have available to it

[*Text*]

dire que les citoyens doivent pouvoir compter sur des produits canadiens de qualité pour se divertir et s'informer et c'est justement le mandat de la SRC–CBC de produire ces émissions.

La télévision publique canadienne a deux réseaux qui font face à des problématiques différentes mais dont la résolution est tout aussi capitale pour l'avenir du pays.

Le réseau anglais, la CBC, avait pour priorité de contrer la pénétration de la culture américaine chez nous. Ce fut un succès mitigé. La cote d'écoute le démontre: 13,9 p. 100 de pénétration des marchés. Les contribuables sont mécontents. Nous sympathisons. Si les insuccès de la CBC peuvent s'expliquer par des choix de programmation douteux, par des constructions de grille–horaire discutables, cela ne devrait en aucune façon remettre en question la valeur et l'importance de l'institution.

Quand on se tourne du côté de la SRC, on constate que la cote d'écoute s'est maintenue aux environs de 35 p. 100. Par ailleurs, la qualité générale des émissions a diminuée et la couverture pan–canadienne est un véritable échec. La raison c'est que le réseau français de Radio–Canada ne dispose que de ressources financières minimales pour accomplir son mandat pan–canadien. C'est à croire que depuis 12 ans, la direction de la Société Radio–Canada a jugé que le péril américain était plus grand que l'éclatement du pays.

Malgré les succès relatifs des deux réseaux, vous devez être conscients que le seul instrument canadien capable de faire face à ces deux problématiques demeure la Société Radio–Canada. Jamais, le secteur privé, qu'il s'appelle *Rogers Communications* ou *Power Communications Corporation* ne sacrifiera sa profitabilité au bénéfice de l'identité canadienne et de la lutte à l'envahissement américain. Ce serait trahir la mission d'entreprise et porter préjudice aux actionnaires.

Une autre raison de sauvegarder notre institution publique sans doute la plus importante, c'est que seul Radio–Canada peut mettre le pays à l'abri de la concentration des outils de communication de masse entre les mains de deux ou trois citoyens. Si une telle situation se produisait, ce serait la pire des menaces pour la pratique de la démocratie. Mesdames, messieurs, vous ne seriez plus en mesure de gouverner ce pays. Il en va donc de l'intérêt national.

La communication de masse, c'est le 4ième pouvoir, c'est le plus recherché en cette fin de siècle. Questionnez–vous sur l'intérêt des gens qui font du lobbying depuis plusieurs années afin d'affaiblir et marginaliser le rôle de la Société Radio–Canada. Qu'ils soient câblo–distributeurs, diffuseurs privés, producteurs indépendant ou propriétaires de journaux, ces gens, dans leur propre milieu et surtout dans les coulisse du Parlement, salissent Radio–Canada.

La SRC doit demeurer l'alternative au secteur privé. Donc, elle doit demeurer une radio et une télévision généralistes couvrant tous les aspects de notre société: les sports, les variétés, la vie spirituelle, les dramatiques, la musique, la danse, les nouvelles et les affaires publiques, et les secteurs jeunesse ou culture et société. Elle doit afficher l'excellence dans chacun de ces secteurs. C'est devenu mission impossible pour le réseau français de Radio–Canada. Par ailleurs, morceler le mandat de

[*Translation*]

quality Canadian products for entertainment and information purposes, and it is in fact the very mandate of the CBC–SRC to produce such programs.

Canadian public television has two networks which are facing different problems, but in both cases it is equally essential for the future of the country that they be resolved

The priority of the English network, CBC was to counter the penetration of American culture into Canada. They have met with mixed success, as can be seen from the ratings: 13.9% of market penetration. Canadian taxpayers are unhappy. We sympathize with them. Although CBC's lack of success may be explained by questionable program choices or debatable time slot arrangements, this should in no way call into question the value or importance of the institution.

Looking at Radio–Canada, we see that the viewing audience has remained at approximately 35%. However, the overall quality of programs has declined and cross–Canada coverage is an absolute failure. The reason for this is that the French network, Radio–Canada, has minimal financial resources to fulfil it coast–to–coast mandate. It is as if over the last 12 years the management of CBC–SRC has considered that the American threat was more serious than the disintegration of the country.

Despite the relative successes of both networks, you must realize that the only Canadian institution able to address these two problems is still CBC–SCR. The private sector, be it Rogers Communications or Power Communications Corporation, will never sacrifice its profits in order to promote Canadian identity or combat the American invasion. Doing so would be tantamount to betraying their business vocation and harming the interests of their shareholders.

Another reason, and probably the most important, for safeguarding our public institution is that only the CBC–SRC can protect the country from the danger of having mass communication tools concentrated in the hands of two or three people. If such a situation were to arise, it would represent a most serious threat to our democratic processes. Ladies and gentlemen, you would no longer be able to govern this country. What is at stake here is our national interest.

Mass communication is the fourth power, the most sought after power on the eve of the 21st century. Just consider what are the interests of those people who have been lobbying for a number of years in order to weaken and marginalize the role of the CBC–SRC. These people, be they cable distributors, private broadcasters, independent producers or newspaper owners, have in their own circles and behind the scenes in Parliament tried to tarnish the reputation of the CBC–SRC.

• 1555

The CBC–SRC must remain the alternative to the private sector. Therefore, it must remain a broad–based radio and television service covering all aspects of our society: sports, entertainment, spiritual life, drama, music, dance, news and public affairs, youth issues, and cultural and social questions. It must display excellence in each of these areas. Such a mission has become impossible for the French network, Radio–Canada. Furthermore, fragmenting the mandate of Radio–Canada would

[*Texte*]

Radio–Canada équivaudrait à condamner cette institution publique à une marginalisation, voire même à sa disparition. Si cela arrivait, c'est la culture canadienne qui serait menacée.

Jusqu'à tout dernièrement, Radio–Canada a joué son rôle de leader dans la production d'émissions. Elle a été un incubateur de talents, tant chez les artistes que les artisans. Plusieurs d'entre eux se retrouvent dans le secteur privé. Pourquoi? Parce qu'il n'y a pas si longtemps, Radio–Canada se faisait un devoir d'être innovateur.

Le budget de Radio–Canada est un mythe et une réalité. Quand on dit qu'il faut un milliard de dollars de fonds publics pour alimenter annuellement la télévision de Radio–Canada, ce n'est pas vrai. Saviez–vous qu'une partie importante du budget de la SRC–CBC ne sert pas à la production d'émissions de radio ou de télévision? Saviez–vous que la Société Radio–Canada supporte un des plus gros bureaux d'ingénieurs au Canada et fait de la recherche de pointe en radio numérique et télévision à haute définition? Saviez–vous qu'à lui seul, le service d'ingénierie dispose d'un budget de plus de 22 millions de dollars?

Ces activités, si louables soient–elles, n'ont rien à voir avec le mandat de la télévision publique et la promotion de la culture canadienne. Cet exemple illustre bien qu'avant de couper certains pans du mandat de Radio–Canada, au nom de ces compressions budgétaires, il serait plus sage de passer en revue toutes les activités financées à même le budget de Radio–Canada qui ne sont pas directement liées à son mandat.

Autant c'est dans le mandat de Radio–Canada de former des artistes et des artisans en radio–télévision, autant on peut questionner l'expertise développée au service de la paie. Dans son allocution, M. Cotsman se félicite d'avoir mis au point un système de paie des plus performants en Amérique du Nord. Formidable! C'est une belle réalisation qu'ils sont prêts à partager avec le secteur privé. Toutefois, est–ce le mandat de Radio–Canada de développer de l'expertise dans ce domaine alors que l'entreprise manque d'argent pour développer de nouveaux concepts d'émissions? Nous ne doutons pas qu'il existe dans le secteur privé, des firmes spécialisées dans le traitement des paies. C'est étonnant que le seul secteur de Radio–Canada qui soit en croissance actuellement soit celui des services de soutien.

Cette année, les effectifs de la télévision française, réseau, ont diminué de 21 p. 100, alors que les effectifs des services de soutien au réseau français ont augmenté de 35 p. 100. Selon le rapport annuel de 1993, le budget de l'ingénierie et de l'administration a augmenté de 10 p. 100. Au cours de la même période, le budget global des télévisions anglaise et française a augmenté d'à peine 2 p. 100. Pour la même période, 1992–1993, l'investissement direct aux émissions du réseau français a été réduit de 3 p. 100. Qu'est–ce que cela veut dire? Cela veut dire que l'on consacre de plus en plus d'argent à la gestion, et de moins en moins à la production.

Ceci nous amène à questionner la répartition du budget aux programmes entre les réseaux français et anglais. On va ainsi parler du *per capita* avec des mots pour se comprendre. Nous n'avons pas fait exprès pour l'exemple. Prenons l'exemple du texte que nous avons présenté en français et qui sera probablement traduit un peu plus tard en anglais pour la compréhension de la majorité des gens assis autour de cette table. Disons que cela coûte 100$ pour que notre texte français

[*Traduction*]

lead to the marginalization, or indeed the very disappearance, of this public institution. If that were to happen, it is Canadian culture which would be threatened.

Until very recently, Radio–Canada played its leadership role in program production. It nurtured the talents of both artists and craftspeople. Many of them are now working in the private sector. Why? Because not so very long ago, Radio–Canada considered it was its duty to be innovative.

Radio–Canada's budget is both a myth and a reality. People say that Radio–Canada require a budget of $1 billion a year of public money to provide television services, but that is not true. Did you know that a large part of the CBC–SRC budget is not used to produce radio or television programs? Did you know that the CBC–SRC has one of the largest engineering services in Canada and carries out high–tech research in the area of digital radio and high–definition television? Did you know that the engineering service alone has a budget of over $22 million?

However commendable these activities may be, they have nothing to do with the mandate to provide public television and promote Canadian culture. This example clearly shows that before eliminating certain services provided under the mandate of the CBC–SRC, for cost cutting reasons, it would be wiser to review all the activities funded through the Corporation's budget which are not directly related to its mandate.

As much as it is the mandate of the CBC–SRC to train artists and craftspeople for work in radio and television, so we can equally question the expertise developed by the payroll service. In his statement, Mr. Cotsman was very pleased to have set up one of the most efficient payroll systems in North America. Fantastic! That is a wonderful achievement that they are ready to share with the private sector. However, is it the mandate of the CBC–SRC to develop expertise in this area while the Corporation does not have enough money to develop new program concepts? We are sure that in the private sector there are companies specializing in payroll systems. It is surprising to note that the only part of the CBC–SRC growing at the present time is its support services.

This year the number of people working on the French television network decreased by 21%, whereas the number of support staff in the same network increased by 35%. According to the 1993 annual report, the engineering and administration budget increased by 10%. During the same period, the overall budget for French and English television increased by barely 2%. For the same period, 1992–93, direct investment in French network programs was reduced by 3%. What does that mean? It means that more and more money is going to management, and less and less to production.

This leads us to consider the share of the program budget allocated to the French and English networks. To ensure that we understand what we are talking about, we shall give the figure on a per capita basis. This example is not a deliberate choice on our part. Let us consider the example of the brief we presented in French, which will probably be translated later into English so as to enable the majority of the people sitting around this table to understand it. Let us suppose that it costs $100 to

[*Text*]

de 15 pages soit traduit en anglais, vous serez d'accord pour dire qu'il en coûte 100$ d'un côté, et 100$ de l'autre, car ce n'est pas plus cher de traduire de l'anglais au français que de traduire du français à l'anglais. On est d'accord? Pourtant, on parle de deux membres francophones et de sept membres anglophones au sein de ce Comité.

Pourriez–vous concevoir que le budget de traduction des documents français ou anglais soit établi en fonction du *per capita*? Pourriez–vous concevoir qu'on accorde un budget de 60$, par exemple, pour traduire des documents au bénéfice des membres francophones du Comité alors qu'on accorderait un budget de 140$ pour traduire un texte de même longueur pour le bénéfice des membres anglophones de ce Comité?

L'application de la règle du *per capita* linguistique est impensable. À la télévision, ce critère a été retenu et nous considérons que c'est inacceptable.

En télévision, le nombre de personnes à qui le produit est destiné n'influe pas sur le coût de sa production. À partir du moment où on habite un pays où il y a deux langues officielles et que tout citoyen a droit à la même qualité de services, qu'il soit anglophone ou francophone, le *per capita* linguistique ne tient pas. Un caméraman à Toronto ou à Montréal coûte le même prix, on ne s'en sort pas.

Radio–Canada viendra vous parler de droits de suite plus élevés, des cachets de certains artistes. Il s'agit là de prétextes. N'oubliez jamais que plus de la moitié des coûts de la production d'émissions est liée aux salaires des artisans et que le réseau anglais a à son emploi deux fois plus d'employés que le réseau français. Pourtant, le mandat est le même, le pays est le même, et il est à couvrir.

Deux peuples, deux mesures.

Au–delà du nombre d'employés on constate qu'en 1992–1993, l'écart entre les budgets directs aux programmes des réseaux anglais et français était de 76 millions de dollars. En 1987, lors du dernier renouvellement des licences, il était de 45 millions de dollars. Et, si on retourne, en 1976, l'écart était pratiquement inexistant. Il faut voir là que l'écart est devenu un gouffre et qu'il n'a aucun lien avec le contexte difficile des années 1990.

Il y a eu des choix stratégiques de la direction de la Société de Radio–Canada qui ont favorisé la programmation du réseau anglais au détriment de celle du réseau français. C'est cela la chose. Ces choix se sont faits au mépris de l'objectif fixé par le CRTC en février 1987, qui était d'atteindre un équilibre juste et équitable entre la production, la distribution et l'inscription à l'horaire d'émissions régionales et réseau, aux deux réseaux.

En termes d'heures de production destinées aux réseaux, de 1987 à 1992 le nombre d'heures s'est accru de façon comparable à la SRC et à la CBC. Par contre, l'investissement aux programmes par heure d'émissions a augmenté de près de 7 000$ au réseau anglais alors qu'il a été pratiquement gelé au réseau français. Ainsi, l'investissement moyen pour une heure d'émissions réseau destinée aux anglophones est passé de 30 522$ en 1987–1988 à 37 496$ en 1992–1993. Pendant la même période, au réseau français, l'investissement horaire moyen est passé de 17 560$ à 18 390$.

[*Translation*]

have our 15–page brief translated into English, you would agree that it costs $100 in either case, that is it is no more expensive to translate it from English to French than it would be from French to english. Do we agree on that? However, there are two francophone members and seven anglophone members sitting on this Committee.

• 1600

Could you imagine that the budget for translating french or english documents might be set on a *per capita* basis? Could you imagine allocating a budget of $60, for example, to have documents translated for the benefit of francophone members of the committee, whereas a budget of $140 would be allocated to translate a document of the same thing for the benefit of anglophone members of the committee?

Application of the language–based *per capita* rule is out of the question. This criterion has been used for television services, and we consider that it is unacceptable.

The number of people for whom the television program is intended has no influence on production costs. In a country where there are two official languages and every Canadian, be he anglophone or francophone, is entitled to receive services of the same quality, this concept of a language–based per capita allocation is not acceptable. You have to pay the same amount for a cameraman in Toronto or in Montreal. That is a fact.

The Corporation will tell you about higher follow–up costs, about fees for certain performers. These are just excuses. Never forget that over half of program production costs is related to the salaries of crafts people and that the English network has twice as many employees as the French network. However, the mandate is the same and the country to be covered is the same.

Two peoples, double standards.

In addition to the number of employees, we see that in 1992–93 there was a difference of 76 million dollars in the program budget allocated to the French and English networks. In 1987, when licenses were renewed, the difference was 45 million dollars. And if you go back to 1976, there was almost no difference. You can see that the disparity has become enormous and completely unrelated to the difficult economic context of the 1990s.

The CBC–SRC management has made strategic choices in favour of English network programs and to the detriment of the French network. That is the point. These choices which were made completely disregarded the objective set by the CRTC in February 1987, that is to achieve a fair and equitable balance between the production, distribution and scheduling of regional and network programs between the two networks.

In terms of network production time, from 1987–92 the increase in the number of hours was comparable between the CBC and SRC. However, investment by program hour increased by almost $7,000 in the English network whereas it was practically frozen in the case of the French network. Thus, average investment for an hour of network programs going to anglophones increased from $30,522 in 1987–88 to $37,496 in 1992–93. During the same period average hourly investment in the French network increased from $17,560 to $18,390.

[*Texte*]

En 1994, l'équilibre juste et équitable consiste à produire environ le même nombre d'heures aux deux réseaux mais de donner à la télévision française deux fois moins aux programmes. C'est pire que la situation de 1987 que le CRTC voulait corriger. Rappelons–nous qu'en 1976, le financement aux programmes pour des émissions en anglais ou en français était à toutes fins utiles équivalent.

On sait que l'arrivée de *Newsworld* a permis à la première chaîne du réseau anglais de partager des dépenses et de réduire son coût par heure d'émissions de nouvelles. Malgré cela, la première chaîne du réseau anglais dépense directement deux fois plus d'argent par heure d'émissions nouvelles que ce que peut se permettre le réseau français. La CBC a–t–elle misé sur la qualité aux dépens de la quantité? La réponse est non. La CBC a misé sur la qualité et sur la quantité. Elle en a les moyens.

À la radio, la situation est tout aussi dramatique. En 1993–1994, pour un budget global de 281 millions de dollars, l'augmentation a été de 8,3 p. 100 au réseau anglais alors que l'augmentation n'a été que de 2,9 p. 100 au réseau français.

Télévision privée financée par les fonds publics—Télévision publique qu'on veut privatiser.

Vous vous interrogez sur le financement de Radio–Canada parce que le payeur de taxe en a lourd sur les épaules. C'est d'accord. Toutefois, vous ne devriez pas compléter cet exercice sans questionner l'argent des contribuables versé à Téléfilm Canada pour la production d'émissions de télévision. Vous découvriez qu'il y a là un budget somptuaire servant à financer un groupe sélect, nos producteurs privés.

[*Traduction*]

In 1994, this fair and equitable balance means producing approximately the same number of hours in each network but giving French television half the program budget. This is worse than the 1987 situation which the CRTC wanted to correct. We should remember that in 1976 program funding for English and French programs was for all practical purposes equivalent.

As we know, the arrival of News World has made it possible for the first channel of the English network to share expenditures and reduce its hourly cost for new programs. Nevertheless, the first channel of the English network spends directly twice as much per hour on new programs as the French network can afford to do. Has the CBC focused on quality at the expense of quantity? The answer is no. The CBC has focused on quality and on quantity. It can afford to do so.

The situation is just as serious for radio services. In 1993–94 with an overall budget of $281 million, the increase was 8.3% for the English network but only 2.9% for the french network.

Private Television financed by public funds—Public Television that they want to privatize.

You are questioning the funding of CBC—SRC because the taxpayer has a heavy burden to bear. I agree. However, your examination of this issue would not be complete without considering taxpayers' dollars going to Telefilm Canada to produce television programs. You will discover that there is a lavish budget being used to finance a select group, our private producers.

• 1605

Sous le couvert de développer une industrie, on a mis au monde une poignée d'entreprises qui ne peuvent produire qu'à coups de subventions publiques. Le dispensateur de ces subventions c'est Téléfilm Canada. Depuis 10 ans, les contribuables canadiens ont investi 655 millions de dollars dans les productions de télévision via Téléfilm Canada. Pour l'année 1993–1994 seulement, l'État a été privé, par voie de mesures fiscales liées à l'investissement, d'impôts totalisant près de 26 millions de dollars.

En fait, la contribution de Téléfilm Canada et des autres sources gouvernementales constituent 44 p. 100 du financement des productions télévisuelles. Il faut noter que l'administration de Téléfilm Canada, en 1983, avait un budget de 2,6 millions de dollars. En 1993, il était de 18,2 millions de dollars.

De son côté, depuis 1984, la Société Radio–Canada a vécu avec des compressions budgétaires. Rien ne se perd, rien ne se crée. Avant de penser à comprimer davantage les budgets de Radio–Canada, le ministère du Patrimoine canadien devrait être conséquent et laisser les producteurs privés se développer au rythme des lois du marché, soit le fameux libéralisme économique de nos chers hommes d'affaires.

Il faut réserver les fonds publics à la télévision publique qui est la seule télévision qui a un mandat de servir l'ensemble des citoyens et de refléter à l'écran l'ensemble de la culture canadienne.

Under the pretext of developing an industry, they have given birth to a handful of companies operating solely on the basis of public funding. The agency providing such funds is Téléfilm Canada. Over the last 10 years Canadian taxpayers have invested $655 million in television production through Téléfilm Canada. For 1993–94 alone, as a result of investment tax breaks the government lost almost $26 million.

In fact, Téléfilm Canada and other government sources fund 44% of television production. It should be noted that in 1983 the administrative budget of Téléfilm Canada was $2.6 million. In 1993 it was $18.2 million.

Since 1984 CBC–SRC has lived with budget cuts. Nothing is being lost, nothing created. Before considering cutting our budget further, the Minister of Canadian Heritage should be consistent and let private producers develop in accordance with market laws, following the well known economic liberalism of our dear business people.

Public funding must be kept for public television, which is the only television with a mandate to serve all Canadians and reflect Canadian culture as a whole.

[*Text*]

J'en viens maintenant à nos conclusions et à nos recommandations. Oui, nous vivons une situation de crise, mais cela ne peut justifier que notre pays se départisse d'un instrument capital d'unité nationale. Affamer la Société Radio–Canada, réseau français, c'est condamner cette institution au silence. C'est porter atteinte à la démocratie et à l'expression de notre culture. C'est faire taire les Canadiens tout simplement.

Il faut que Radio–Canada demeure. Il faut lui donner les moyens de remplir son mandat. Il faut cesser de lui faire subir des compressions budgétaires à tous les trois ans. Il lui faut un financement stable.

Par contre, le Parlement doit être beaucoup plus exigeant quant à la gestion de cette institution. Il doit s'assurer que les fonds publics soient consacrés d'abord et avant tout à ce qui est devant le petit écran, à la production d'émissions de radio et de télévision. Le Parlement doit exiger que Radio–Canada se retire du développement d'expertises dans des champs d'activités qui débordent son mandat comme l'informatique de gestion ou l'ingénierie.

On demande qu'on sépare cette enveloppe et qu'on la donne à qui peut bien la gérer. La recherche peut très bien aller au Conseil national de la recherche, pourquoi pas? Nous recommandons de redonner plus d'autonomie à chacune des têtes de réseaux afin de permettre de réduire au minimum les activités du siège social. On peut même questionner la pertinence de conserver l'édifice de la rue Bronson à Ottawa.

Écoutez, les restrictions obligent, on va se plier. Comment, d'autre part, réduire le fardeau financier du citoyen qui paie pour un système public de radio–télévision? Nous suggérons de mettre fin aux abris fiscaux dont jouissent les producteurs privés. Nous recommandons également de fermer la section production télévisuelle de Téléfilm Canada. Les maisons privés de production sont loin d'avoir fait la preuve qu'elles peuvent produire à un coût moins élevé que celui de Radio–Canada.

La Coalition pour la défense des services français de Radio–Canada recommande aussi—c'est très important—que le Comité permanent du patrimoine canadien exige un nouveau partage des ressources entre les réseaux français et anglais. Ce partage doit assurer des ressources équivalentes pour la production des émissions destinées aux anglophones et aux francophones de ce pays. Et vous savez, il est minuit moins cinq, monsieur le président. Manquer ce rendez–vous historique, c'est donner un signal clair aux francophones de ce pays.

C'est leur dire qu'ils sont des payeurs de taxes à part entière, mais des Canadiens dont les droits et les services ne dépassent pas le pourcentage de 37 p. 100 équivalant au *per capita* linguistique amélioré. Nous sommes à l'heure du redressement et des choix. Attention de ne pas jeter le bébé avec l'eau du bain et d'administrer la même médecine de cheval aux deux réseaux.

Le président: Merci bien. Nous passons tout de suite à madame Tremblay pour 10 minutes. Allez–vous partager votre temps?

Mme Tremblay: Bonjour mesdames et merci beaucoup pour cette présentation. Il est vraiment minuit moins cinq ou midi moins cinq. Cependant, vous avez écrit minuit moins cinq. Ce texte illustre de façon magistrale les raisons fondamentales pourquoi le Bloc québécois est à Ottawa.

[*Translation*]

I now come to our conclusions and recommendations. Yes, we are in a critical situation but that cannot justify our country abandoning an essential instrument of national unity. Starving Radio–Canada, the French network, means condemning this institution to silence. This would be a blow to democracy and harmful to the expression of our culture. Quite simply, it would mean preventing Canadians from expressing themselves.

CBC–SRC must remain. It must be given the resources to fulfill its mandate. The authorities must stop cutting its budget every three years. It needs stable funding.

However, Parliament must be far more demanding about the way the institution is managed. It must ensure that public funds are allocated first and foremost to the production of radio and television programs. Parliament must require that CBC–SRC cease developing expertise in areas outside its mandate, such as computer management or engineering.

We want this envelope to be addressed separately and entrusted to the people best able to manage it. Research could easily be conducted by the National Research Council, why not? We recommend that more independence be given to each of the network heads so as to reduce the activities of head office to the minimum. One could even question the relevance of keeping the building on Bronson Avenue in Ottawa.

Restraint measures have to be implemented, and we will adapt to them. But how can we reduce the financial burden of Canadians who are paying for a public radio and television system? We suggest putting an end to tax shelters enjoyed by private producers. We also recommend closing the television production section of Téléfilm Canada. Private production companies are far from having demonstrated that they can produce at a lower cost than CBC–SRC.

Our Coalition also recommends, and this is very important, that the Standing Committee on Canadian Heritage demand a new distribution of resources between the French and English networks. Such a distribution must provide equivalent resources for the production of programs going to anglophones and francophones in this country. As you know Mr. Chairman, it is five minutes to midnight. If you miss this historic opportunity, you will be sending a clear message to francophones in this country.

You will be telling them that they pay the same taxes as other Canadians but, in accordance with an improved language–based per capita system receive only 37% of rights and services. It is time to correct this situation and make choices. Be careful that you do not throw out the baby with the bath water and administer the same horse medicine to both networks.

The Chairman: Thank you very much. We will move immediately to Ms. Tremblay for 10 minutes. Are you going to share your time?

Ms. Tremblay: Good afternoon ladies and thank you very much for your presentation. It really is five minutes to midnight or five minutes to noon. However, you wrote five minutes to midnight. Your brief brilliantly shows the basic reasons why the Bloc québécois is here in Ottawa.

[*Texte*] [*Traduction*]

• 1610

C'est parce qu'il y a longtemps que nous avons compris qu'il y avait deux pays dans ce pays–ci, et que Radio–Canada ne tient compte que d'un. Donc, nous ne sommes pas surpris que vous le constatiez maintenant, vous l'aviez d'ailleurs déjà constaté auparavant.

Mme Dauphin: C'est parce qu'on le vit de l'intérieur.

Mme Tremblay: Vous le vivez de l'intérieur, et ce ne doit pas être très drôle.

Mme Dauphin: Voulez–vous des exemples?

Mme Tremblay: Oui, je voudrais comprendre un peu plus. C'est vrai que Radio–Canada nous sert cette médecine et nous dit qu'il en coûte plus cher de produire à Toronto, que si on n'accorde pas plus d'argent au gens de Toronto, ils s'en iront à Hollywood. Peut–être que les Québécois pourraient dire qu'ils s'en iraient à Paris. Ce serait peut–être aussi payant et aussi agréable. Pourquoi pas? La menace est aussi présente là.

Je voudrais vraiment comprendre comment on en arrive à une situation aussi détériorée, même avec la présence des syndicats.

Mme Dauphin: Que voulez–vous dire?

Mme Tremblay: C'est si injuste. Le problème vient peut–être aussi d'ailleurs. Je ne voudrais pas faire un débat de mots, mais Radio–Canada dit qu'il trouve cela équitable. On peut se défendre longtemps sur l'équité en disant qu'on nous accorde 37 p. 100 du budget et qu'on accorde le reste aux anglophones. Au sens de l'équité, c'est peut–être équitable, mais c'est illégal et injuste, comme vous le dites si bien. J'aimerais comprendre comment il se fait que nous en soyons là.

Mme Dauphin: Il y a eu une période où on avait à peu près les mêmes budgets, où on essayait de faire les mêmes choses, et c'est vrai qu'il y a eu des choix historiques. Il y a eu des choix où nous avons développé le côté dramatique et créateur du réseau français, alors que les anglophones allaient plutôt du côté de l'information et achetaient des productions américaines. Petit à petit, il y a eu des ajustements en fonction des marchés, en fonction des demandes des Canadiens, et, ce que nous avons vu, ce sont les coupures qui se sont ajoutées. Au moment où nous voulions développer certaines choses, il n'y avait plus d'argent, plus de possibilités.

On ne va pas se le cacher, actuellement, l'information est une pièce–clé au niveau du pays, et, nous, au réseau français, n'avons pas les moyens de donner une information pancanadienne. Nous n'avons pas les moyens de sortir et, d'une certaine façon, nous sommes prisonniers de la province de Québec parce que nous n'avons pas un cent pour se payer un billet d'avion pour aller à Toronto. C'est ce qui se passe à l'information du réseau français de Radio–Canada. Quand il y a eu des coupures, on coupait au réseau français.

Mme Tremblay: Les anglophones ont–ils les moyens? Leur donne–t–on les moyens de se donner un bulletin de nouvelles plus intéressant?

It is because we understood a long time ago that there were two countries in this country, and that CBC–SRS takes account of only one of them. Therefore, we are not surprised that you should realize this now, although in fact you did realize it beforehand.

Ms Dauphin: That is because we are living this from the inside.

Ms Tremblay: You are living it from the inside, and it cannot be much fun.

Ms Dauphin: Do you want examples?

Ms Tremblay: Yes, I would like to understand this a little better. It is a fact that CBC–SRC gives us this same story that it is more expensive to produce in Toronto, and that if more money was not given to the people in Toronto, they would go and work in Hollywood. Perhaps Quebeckers could say that they would go to Paris. That might perhaps pay just as well and be as pleasant. Why not? You could make the same threat.

I would really like to understand how the situation became so bad, even with unions.

Ms Dauphin: What do you mean?

Ms Tremblay: It is so unfair. Perhaps the problem is due to something else. I do not want to get into a debate about this, but CBC–SRC says that it considers the situation to be fair. You can argue for a long time as to whether the situation is fair, with 37% of the budget going to francophones and the rest to anglophones In strict terms, it is perhaps equitable, but as you have so clearly demonstrated, it is unlawful and unfair. I would like to know why we are in that situation.

Ms Dauphin: At one time we had more or less the same budgets and we tried to do the same things, and it is a fact that historical choices were made. In making these choices, the French network decided to develop drama and creative programming, whereas the anglophones focused rather on news and information and purchased American programs. Gradually they adapted to the market situation and the demands of Canadians, and as we have seen cuts were implemented. When we wanted to develop certain areas, there was no opportunity or money available to do so.

We must face the fact that at present news and information programs have a key role across the country, and we in the French network cannot afford to provide cross–Canada coverage. We cannot afford to get out and to some extent are prisoners in the province of Quebec because we have no money to pay for a plane ticket to Toronto. That is what is happening in terms of news coverage by the French network, Radio–Canada. When cuts were made, it was the French network which was cut.

Ms Tremblay: Do the anglophones have sufficient resources? Are they given resources to produce better news programs?

[*Text*]

Mme Dauphin: Les anglophones ont plus de moyens que nous, et pour vous le prouver, je pourrais vous donner maints exemples. Au niveau de la couverture internationale, c'est encore plus flagrant, parce que, lorsque nous avons fait la guerre du Golfe, nos journalistes francophones étaient basés dans des hôtels vraiment à l'extérieur de l'arrondissement. . .

Mme Tremblay: La ceinture.

Mme Dauphin: . . .la ceinture de la capitale, dans un hôtel où il n'y avait qu'un téléphone pour 150 personnes, tandis que nos copains de CBC étaient dans un hôtel du centre–ville avec tous les services de satellites, etc.

Mme Tremblay: Vous n'avez pas posé de grief?

Mme Dauphin: Ce n'est pas dans la convention collective, madame. Quand il n'y a pas d'argent, il n'y en a pas.

Mme Tremblay: Pourquoi y a–t–il de l'argent pour les anglophones et non pour les francophones?

Mme Dauphin: C'est parce que nous sommes catalogués comme *per capita* amélioré. Nous n'avons jamais demandé cela comme syndicat. D'ailleurs, ce n'est pas une question de syndicat, c'est une question de gens qui travaillent, des artisans de la radio–télévision, et nous venons vous dire qu'au réseau français, contrairement à ce que vous dites, il y a du contenu canadien, mais nous ne sortons pas de la province de Québec car il n'y a pas d'argent.

Mme Tremblay: Ce pourquoi je vous parle de syndicat, c'est parce qu'il paraît que c'est le syndicat qui fait que Radio–Canada coûte cher.

Mme Campbell: Pas du tout.

Mme Dauphin: Pas du tout. Nous avons les mêmes clauses.

Mme Tremblay: Ce sont vos conventions collectives, cela se multiplie et il semble que vous êtes tellement découpés en morceaux qu'il y en a un qui tient la feuille pendant que l'autre écrit dessus. Je caricature un peu, mais. . .

Mme Campbell: Je me permets de répondre. Ce dossier–là est devant le Conseil canadien des relations de travail et sera réglé cette semaine ou la semaine prochaine, suite à une décision du ministère. Donc, cela ne se tient pas. Ils avaient plus de problèmes au réseau anglais et on a décidé, comme on le fait souvent, de refaire la structure syndicale au réseau anglais. Après qu'on a eu réglé celui–là, on s'est penché sur le réseau français. Cela a pris quatre ou cinq ans pour les régler au réseau anglais et, en ce qui a trait à notre dossier, nous ne sommes même pas rendus à deux ans et cela va se régler bientôt.

Mme Tremblay: Règlerait–on le problème si on faisait quatre sociétés avec Radio–Canada, soit une pour la radio française, une pour la radio anglaise, une pour la télévision française et une pour la télévision anglaise, donc quatre sociétés complètement autonomes?

• 1615

Si on faisait quatre sociétés distinctes qui n'ont plus à se gérer, cela règlerait–il le problème? Toronto s'occuperait des anglophones à travers le Canada et Montréal s'occuperait des francophones, aussi à travers le Canada. Ces deux villes ont chacune un édifice de la Société et on pourrait ainsi fermer le siège social à Ottawa, nous n'en aurions plus besoin.

[*Translation*]

Ms Dauphin: The anglophones have more resources than we do, and I could give you many examples in support of that. As regards international coverage, the situation is even more flagrant: in the Gulf we, francophone reporters were based in hotels really outside the district. . .

Ms Tremblay: The circle.

Ms Dauphin: . . .the belt outside the urban centre, in a hotel where there was only one telephone for 150 people, whereas our CBC colleagues were in a downtown hotel with satellite and other services.

Ms Tremblay: Did you not lodge a grievance.

Ms Dauphin: This is not part of the collective agreement. If there is no money, there is no money.

Ms Tremblay: Why is there money for anglophones and yet none for francophones?

Ms Dauphin: Because we come under the enhanced *per capita* system. As a union, we never asked for that. In any event, it is not related to the union, that concerns those people working in radio and television, and as opposed to what you are saying, we would point out that there is Canadian content, but we cannot get out of the province of Quebec because there is no money.

Ms Tremblay: That is why I mentioned union, since it seems that the union is the reason why Radio–Canada is so expensive.

Ms Campbell: Not at all.

Ms Dauphin: Not at all. We have the same clauses.

Ms Tremblay: It is because of your collective agreements of which there are so many, and it seems that you are so fragmented that one person holds the sheet of paper while his or her colleague writes on it. I am exaggerating a little, but. . .

Ms Campbell: I would like to respond. This issue is before the Canada Labour Relations Board and will be dealt with this week or next week, following a decision by the department. Therefore, that is not true. They had more problems in the English network and, as is often the case, it was decided to restructure the union for the English network, after that was done, they focused on the French network. It took four or five years to deal with the English network and in our case we have been working on the issue for less than two years and it will be settled soon.

Ms Tremblay: Would the problem be resolved if four corporations were established, that is one for French radio, one for English radio, one for French television and one for English television, thus giving four completely autonomous corporations?

If there were four distinct self–managing corporations, would that resolve the problem? Toronto would look after Anglophones across Canada, and Montreal would look after Francophones across Canada. The Corporation has a building in both cities, and so we could close down the head office in Ottawa which we would no longer need.

[*Texte*]

Mme Campbell: Je ne crois pas. Il y a plusieurs services qui servent à tout le monde. Le service de la bibliothèque, la discothèque et les utilisateurs de ces services ont des ententes. . .

Mme Tremblay: Ils ont des ententes?

Mme Campbell: Même s'ils ont des ententes, ils ne peuvent relever de quatre services différents.

Mme Dauphin: Lorsqu'on dit qu'on n'en veut pas de cette suggestion–là, on nous dit toujours: À part cela, vous vous autofinancerez, vous vous arrangerez, vous aurez vos propres budgets. Nous, nous disons alors: c'est certain que cela se fera sur une base de *per capita*, donc ce ne sera pas mieux.

Mme Tremblay: Vous savez bien qu'on ne peut pas augmenter le budget de Radio–Canada. Vous comprenez bien cela, on ne peut pas l'augmenter. Si nous, les francophones, on en arrive à faire de la télévision — pas nous, mais vous le faite pour nous —, qu'on trouve intéressant ce que vous faites pour moins cher, ce sont alors les anglophones qu'il faudra couper.

Mme Dauphin: Vous dites: si. Ce qu'on fait actuellement, c'est vraiment de la médecine de brousse. Si vous voulez qu'on continue comme cela et qu'on ne regarde pas ce qui se passe à l'extérieur du pays, un jour ou l'autre, on vous posera la question: À quoi cela sert–il d'avoir un réseau canadien si on n'a pas de nouvelles qui viennent de l'extérieur de la province de Québec? Pourquoi avoir un réseau de radio canadien? Cela n'existe pas. Quant à nous, nous venons vous dire qu'on ne peut plus continuer comme cela, qu'on ne reflète pas la réalité canadienne et que nous n'avons pas les budgets pour cela.

Mme Tremblay: Elle est où la réalité canadienne? C'est peut–être là le problème.

Mme Dauphin: Si vous voulez me dire qu'elle est cantonnée au Québec, je me dis que. . .

Mme Tremblay: Non, non.

Mme Dauphin: . . .si elle est cantonnée au Québec, de l'intérieur, nous vous disons que c'est une réalité pancanadienne. Les gens de Vancouver ont autant le droit que les gens de l'Est d'avoir des services. En tant que citoyens canadiens, ils pourront alors prendre des décisions éclairées en sachant tout ce qui se passe partout au pays.

Le président: On est obligé de passer. . .

Mme Tremblay: Cinq minutes?

Le président: Oh! Non. Non.

Mme Tremblay: Si, si.

Le président: Mais qu'avez–vous?

Mme Tremblay: On reviendra. On ne se querellera pas pour deux minutes. Vous pouvez y aller.

The Chair: Mrs. Brown.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Thank you, Mr. Chairman.

I'd like to continue a little bit with the discussion from Suzanne's point of view. I had a really interesting brief few moments this morning with one of the Bloc Québécois, who asked me this question: "Jan, how do you see funds being

[*Traduction*]

Ms Campbell: I do not think so. There are several services for all Canadians. The library service, the record library, and the people using these services have agreements. . .

Ms Tremblay: They have agreements?

Ms Campbell: Even if they have agreements, they cannot come under four different services.

Ms Dauphin: When we say that we do not agree with that suggestion, we are always told: In addition, you will be self–financing and self–managing, you will have your own budgets. We reply that such a plan would no doubt be implemented on a *per capita* basis, and therefore would not be an improvement.

Ms Tremblay: As you realize, we cannot increase the budget allocated to Radio–Canada. You clearly understand that, we cannot increase it. If we Francophones did our own television programs — not us, but you who would do it for us — it would be helpful if you could do it at a lower cost, and then the budget for the Anglophones would have to be cut.

Ms Dauphin: You say that the way things are done at the present time is really bush league. If you want us to continue like that and ignore what is going on outside the country, then one day you will be asked what is the point of having a Canadian network if there is no news of anything going on outside the province of Quebec? What is the point of having a Canadian radio network? Such a thing does not exist. We have come here to tell you that the present situation cannot continue, that we are not reflecting the Canadian reality and that we do not have sufficient funds to do so.

Ms Tremblay: What is meant by the Canadian reality? That is perhaps the problem.

Ms Dauphin: If you are suggesting that it is confined to Quebec, I must say that. . .

Ms Tremblay: No, no.

Ms Dauphin: . . .if it is confined to Quebec, to inside Quebec, but we are saying that it is a coast–t–coast reality. People in Vancouver are just as intitled as people in the East to receive services. As Canadian citizens, we can then make enlightened decisions since they will know what is happening arounnd the country.

The Chairman: We have to move on.

Ms Tremblay: Five minutes?

The Chairman: Oh! no.

Ms Tremblay: Yes.

The Chairman: But what is the matter?

Ms Tremblay: We will come back to this. We are not going to argue over two minutes. Please go ahead.

Le président: Madame Brown:

Mme Brown (Calgary Sud–Est): Merci, monsieur le président.

J'aimerais poursuivre cette discussion du point de vue de Suzanne. J'ai eu une très brève discussion ce matin avec un de mes collègues du Bloc québécois qui m'a posé la question suivante: «Jan, comment devrait–on partager les fonds affectés

[*Text*]

allocated between French–language and English–language networks? Do you think you in the west should be required to pay for a service in French, which you aren't going to be watching because you don't understand it, and *c'est la même chose* for those who watch in Quebec, as well.''

How can those funds be allocated equitably? I mean, your argument is inciteful—I contratulate you on that—but I don't know what formula we will be able to develop insofar as meeting this problem you've identified and which I was talking about this morning. It is a serious problem, and I don't know from the west that I could say of course I don't mind as a taxpayer paying for French television. I won't be watching it, mind you. Mind you, I don't even know if I'm going to be watching CBC, but in any event I'm still required to pay this.

Mme Dauphin: Écoutez madame, c'est un petit peu étonnant d'entendre dire que les Canadiens anglais ne voudraient pas payer pour la télévision française alors qu'on a créé *Newsworld* parce qu'on était intéressé de connaître ce qui se passait ailleurs dans le monde, alors qu'on est intéressé dans TV–5, qui est très populaire, parce qu'on est intéressé de connaître ce qui se passe en Europe ou dans les autres pays du monde.

Je pense qu'on prend les Canadiens pour plus limités qu'ils ne le sont dans le sens qu'il faut les mettre devant l'évidence. On a des choix à faire. Si les anglophones considèrent qu'ils ne veulent pas payer pour que les francophones aient une télévision équivalente en donnant une information complète sur le pays qu'ils disent partager avec les francophones, et bien, cela veut tout dire. Mais, il faut le dire.

Quand vous me dites qu'il n'y a pas un Canadien anglais qui comprend la télévision française, qu'il ne voudra pas payer pour cela, il faut alors que les francophones comprennent.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Please don't think that I'm being narrow–minded in my question. I am only exploring. I am only wanting to discuss here what are the possibilities for a negotiation, what kind of formula would we use for funding allocations, so that the francophones I represent in Calgary can also have access to French televison. I'm not presenting this from a narrow–minded point of view, and I would like to make that quite clear. I'm not hear to argue. I'm here to talk and to discuss and to look for a possible solution.

• 1620

Mme Dauphin: Ce que je trouve un peu étonnant c'est que, tout à coup, il y a une espèce de blocage quand on parle de payer et d'avoir des budgets égaux pour la télévision du réseau français de Radio–Canada. Quand il a été question de Postes Canada, à ce que je sache, il n'y a pas eu de révolution à l'intérieur du pays pour dire: écoutez, je paie pour le timbre d'un Québécois. On a partagé les coûts d'une poste pancanadienne et je suis convaincue que si vous regardez, vous allez voir que les anglophones paient plus que les francophones du pays pour Postes Canada. Il n'y a pas eu de révolution à ce niveau. Tout à coup, lorsqu'on parle d'un instrument de culture et d'une langue, cela explose. On ne peut pas admettre qu'on puisse répartir tous les coûts de l'ensemble et qu'on offre les mêmes services aux anglophones et aux francophones également. Je ne comprends pas.

[*Translation*]

aux réseaux francophone et anglophone. Croyez–vous qu'on devrait obliger les gens de l'Ouest à payer un service francophone qu'ils ne regardent pas car ils ne le comprennent pas, et c'est la même chose pour les téléspectateurs francophones au Québec?»

Comment peut–on affecter ces fonds de façon équitable? Votre analyse est très pénétrante, je vous en félicite, mais je ne sais pas quelle formule on pourra élaborer pour répondre au problème que vous avez exposé ce matin. C'est un problème très grave, et en tant que contribuable de l'Ouest, je ne sais pas si je pourrais dire que j'accepterais volontiers de payer des services de télévision français. Je ne regarderai pas ces émissions. Mais je ne sais pas non plus si je regarderai le réseau anglais et je dois quand même payer le service.

Ms Dauphin: It is a little surprising to hear Anglophone Canadians say that they would not want to pay for French language television whereas *Newsworld* was set up because people were interested in learning what was happening elsewhere in the world. We are interested in TV–5, which is very popular, because we want to know what is happening in Europe and in other countries around the world.

I think that Canadians are considered to be more limited than they actually are in that they have to be given the facts. Choices have to be made. If Anglophones consider that they do not want to pay for Francophones to have an equivalent television service providing comprehensive information on the country that they say they want to share with Francophones, well that speaks volumes. However, they have to state their position.

When you tell me that there is not one Anglophone Canadian who understands French television programs or who is willing to pay for them, in that case Francophones have to understand what the situation is.

Mme Brown (Calgary Sud–Est): N'allez pas croire que ma question réflète un esprit borné. J'essaie simplement d'envisager les possibilités. Je tiens tout simplement à discuter des possibilités de négociation, des formules possibles d'affectation de financement, ce qui nous permettrait d'offrir aux francophones de Calgary que je représente la télévision en français. Je tiens à bien préciser que mes remarques ne reflètent pas un point de vue étroit. Je ne suis pas là pour me disputer avec vous. Je suis là pour dialoguer avec vous et pour chercher une solution possible.

Ms Dauphin: What I find rather surprising is that we immediately encounter an obstacle when we mention the possibility of having an equal budget for the French television network of the Canadian Broadcasting Corporation. As far as I know, there was no revolution in the country over Canada Post: People outside Quebec did not object to paying for services in Quebec. The cost of a Canada–wide postal service was shared, and I'm quite sure that if you look, you will see that anglophones pay more than francophones for Canada Post. There was no revolution over that. All of a sudden, everything blows up when we are talking about a vehicle of language and culture. People refuse to admit that the cost could be distributed so as to offer the same services to anglophones and francophones. I just don't understand the attitude.

[*Texte*]

Mme Campbell: Je ne comprends pas quand vous demandez comment on peut financer cela adéquatement, comment pourrait–on prendre une décision de financer adéquatement le réseau français? Nous présentons nos deux solutions et nous disons que l'argent des contribuables devrait contribuer à faire de Radio–Canada une entreprise dont la priorité est de faire des programmes plutôt que d'avoir sa propre maison de recherche.

Si on veut que Radio–Canada fasse de la recherche—elle a probablement une expertise très valable en ce domaine—, qu'on lui donne une enveloppe séparée pour faire cela. Cependant, le principal mandat de Radio–Canada est de faire des émissions.

Mme Dauphin: Nous avons toujours dit que nous avions besoin d'un financement égal. Par exemple, le budget pour la série *Street Legal* de la CBC est l'équivalent de tout ce qui se fait en dramatique au réseau français de Radio–Canada. Nous ne sommes pas les États–Unis et on devrait cesser de se faire accroire qu'on est capables de compétitionner avec les Américains, qu'on peut presque les battre. On peut faire de très bonnes choses. Toutefois, est–ce obligatoire d'avoir des moyens aussi gros que les Américains pour faire de bonnes choses? Je me questionne là–dessus. Afin de mettre en valeur nos auteurs dramatiques canadiens anglais, doit–on avoir des budgets équivalents à ce qui se fait aux États–Unis? Je me questionne là–dessus aussi.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I believe you made a comment in your text about your sense of the CBC as a generalist. I think you called them generalists. I see the CBC as a cultural specialist, because all of the things you identified are from the cultural elements of our community. I see that as unique, and that is where I think the CBC has great potential.

Also, I want to say that I don't see how you can keep a captive Canadian audience, whether you are French or whether you are English. It makes no difference when it comes to the American broadcasting industry. They are here; they are part of our reality.

Mr. Chairman, I guess that really isn't a question.

The Chair: I'll take it as editorial comment.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): It's just editorial comment. Perhaps at some point you could come back to describe how you saw them as generalists. I didn't understand that, but it really wasn't a question of great substance.

The Chair: Perhaps we can hold on that because time is pressing a bit. Mr. Ianno has indicated an interest. Are there any other questions from over here? Why don't we start with Ms Brown.

Ms Brown (Oakville—Milton): Thank you, Mr. Chairman. Please forgive me, I'm using this opportunity of having a French text to practise my French. I think I missed some of the sense of it, even though I have this thing in my ear, because I was trying to do my own translation.

• 1625

You're not happy about the distribution of resources. You like the head–count system or you don't like it. You want it done on a per capita basis or you don't.

[*Traduction*]

Ms Campbell: I don't understand when you ask how appropriate funding could be provided, how we could make a decision to provide proper funding for the French network. We have put forward our two solutions, and we say that taxpayers' money should be used to make the CBC into a corporation whose priority is to do programming, rather than to have its own research branch.

If we want the corporation to do research—and it probably has some very valuable expertise in this area—it should be given a separate budget for this purpose. However, the CBC's chief mandate is programming.

Ms Dauphin: We have always said that we needed equal funding. For example, the budget of *Street Legal* on the English network of CBC equals the entire budget for dramatic programming on the French network. We are not the United States, and we should stop thinking we can compete with the Americans, that we can practically beat them. We can do some very good things, but must we have resources almost as considerable as those in the U.S. in order to do those good things? That's what I'm wondering about. In order to show off to advantage our English–Canadian authors, do we need to have budgets that are equivalent to those in the United States? I wonder about that as well.

Mme Brown (Calgary Sud–est): Je pense que dans votre document vous dites que vous considerez la Société Radio–Canada comme généraliste. Je pense que c'est ce que vous avez dit. À mon avis, la société se spécialise dans le domaine culturel, car tout ce dont vous avez parlé ce sont des composantes culturelles de notre société. À mon avis, c'est particulier, et je pense que c'est là où la Société Radio–Canada a un potentiel énorme.

De plus, je tiens à vous dire que je ne vois pas comment on peut n'avoir que des téléspectateurs canadiens, qu'il s'agisse du réseau français ou anglais. La langue que l'on parle n'a absolument pas d'importance pour ce qui est de l'industrie de radiodiffusion américaine. Cette industrie–là fait partie de notre réalité.

Ce n'est pas vraiment une question, monsieur le président.

Le président: Disons que c'est un commentaire de la rédaction.

Mme Brown (Calgary Sud–est): Qui tout simplement. Peut–être vous pourrez nous décrire plus tard de quelle façon vous voyez la radio et la télévision de la société comme des généralistes. Je n'ai pas compris cela, mais ce n'était pas une question très importante.

Le président: Je vais passer au prochain intervenant, car nous commençons à manquer de temps. Monsieur Ianno veut poser des questions. Y a–t–il d'autres questions de ce côté–ci de la table? Pourquoi ne pas commencer par M^me^ Brown.

Mme Brown (Oakville–Milton): Merci, monsieur le président. Excusez–moi, puisqu'on a un texte en français, je m'exerce en français. Je pense que j'ai raté des bouts de l'exposé, même si je porte le récepteur, car j'essayais de faire ma propre traduction.

La répartition du financement ne vous satisfait pas. On aime ou on n'aime pas le système de financement par habitant.

[*Text*]

Mme Dauphin: Nous réalisons que pour faire de la télévision en 1994, les moyens, la technique, etc., sont très importants. Cela coûte très cher que l'on parle l'anglais ou que l'on parle le français. C'est pour cela que nous disons qu'avec le *per capita*, on couvre moins le pays parce qu'on a moins de ressources, on a beaucoup moins d'acteurs pour nos dramatiques parce que le budget est moindre, et on fait moins d'émissions de variétés parce qu'on n'a pas d'argent.

Il y a des pans de notre culture qu'on met de côté parce qu'on a fait des choix. On se doit de faire ces choix parce qu'on n'a pas d'argent et nous pensons qu'il faut que cela cesse. D'abord, pour nous, la prochaine coupure sera très grave. Je ne voulais pas dire mortelle mais je pense que — parce que je n'aime pas être alarmiste — cela fait trop longtemps qu'on travaille sans coussin. Il n'y en a plus.

Mme Campbell: Avec le budget de la CBC on pourrait couvrir les deux antennes. C'est à ce point–là différent.

Ms Brown (Oakville — Milton): And did you think that your side of it should be about 50%?

Mme Campbell: Nous pensons que lorsqu'il y a une heure de télévision à faire, peu importe la lanque dans laquelle elle doit être faite, elle coûte le même prix. C'est ce que l'on veut. La traduction du texte coûtera la même chose que vous soyez deux ou 10 lecteurs.

Mme Dauphin: On vient vous dire qu'une heure au réseau français est l'équivalent d'une heure au réseau anglais. En ce qui a trait aux programmes, les budgets devraient être les mêmes, tous les Canadiens ont droit à la même qualité.

Ms Brown (Oakville — Milton): Did I also conclude correctly that you're not happy with the distribution of the French programming across the country? Do you feel that it has diminished over the last few years? It's not as good as it once was? Or it's not as good as what might be possible?

Mme Dauphin: Non. Je suis journaliste à Radio–Canada depuis 10 ans et j'ai couvert tout le Canada. J'ai souvent fait des reportages à Vancouver. Depuis les cinq dernières années, pour aller à Toronto, madame, il faut que j'aie une raison majeure et pourtant, il y aurait avantage à voir ce qui se fait ailleurs. Quant aux Maritimes, on n'y pense plus.

Ms Brown (Oakville — Milton): For monetary reasons you have to justify it.

May I say before I finish my time that I never think in terms of people questioning paying for services just because they don't use them. To me the concept of user–pay is a concept of the marketplace. It may be suitable there, but the retention of culture, the furtherance of our culture, the development of our culture to me is far too important to rest on the concept, and really it has not very much to do with the accommodation of interests that has characterized the evolution of this country in a variety of areas. I think the cultural area is a very important one and we should not get caught up in that user–pay idea.

I also want to say that I agree with most of everything you've put in here about your understanding of the importance of culture and the importance of the role of CBC in that pursuit. I thank you for this excellent brief.

[*Translation*]

Ms. Dauphin: We know that in order to make television programs in 1994 the technical facilities and other resources are very important and are very expensive, for both the English and French networks. That is why we say that the per capita system covers less of the country, because we have far fewer resources and actors for our dramas, because our budget is lower. We also make fewer variety shows because we don't have the money to do so.

There are whole areas of our culture that we have set aside, because we have had to make choices. We have to make choices, because we don't have enough money. We think it is time for this to change. First of all, we think the next round of cuts will be very serious. I was avoiding using the word «fatal» — because I don't like to be alarmist — but I do think we have been cut back to the bone for a long time. There is no more to give.

Ms. Campbell: The CBC's budget could cover both networks. That is the difference.

Mme Brown (Oakville — Milton): Et vous pensez donc que vous devriez avoir environ 50 p. 100 du budget. Est–ce exact?

Ms. Campbell: We think the cost of an hour of television programming in either language is the same. That is what we want. Translating a text will cost the same whether there are two readers or ten.

Ms. Dauphin: We are here to say that an hour of programming on the French network is the equivalent of an hour of programming on the English network. The budgets for programming should be the same. All Canadians are entitled to the same quality of programming.

Mme Brown (Oakville — Milton): Ai–je bien compris également que vous n'êtes pas satisfait de la distribution des émissions en français dans tout le pays? Pensez–vous qu'il y a eu une détérioration de ce côté depuis quelques années? Estimez–vous que la distribution est moins bonne qu'autrefois ou pas aussi bonne qu'elle pourrait l'être?

Ms. Dauphin: It's not as good. I've been a journalist at Radio–Canada for ten years, and I've covered the whole country. I've often done reports from Vancouver. In the last five years, I have to have a very good reason to go to Toronto, and yet it would be good for francophones to see what is going on elsewhere. We don't even think of going to the Maritimes any more.

Mme Brown (Oakville — Milton): Il faut justifier les voyages à cause des contraintes budgétaires.

Avant que mon temps ne soit écoulé, je tiens à dire qu'il ne s'agit pas de contester l'obligation de payer des services, simplement parce qu'on ne les utilise pas. À mon avis, la notion du paiement par l'usager provient du secteur privé. C'est une notion qui convient peut–être au monde commercial, mais à mon avis la mise en valeur de notre culture est beaucoup trop importante pour dépendre de cette notion, qui a très peu à voir avec le compromis qui a caractérisé l'évolution de notre pays dans plusieurs domaines. J'estime que la culture est une question très importante et qu'on ne devrait pas être subordonnée à la notion du paiement par l'usager.

Je tiens également à dire que je suis d'accord avec presque tout ce que vous avez dit au sujet de l'importance de la culture et de l'importance de la société Radio–Canada à cet égard. Je vous remercie de ce mémoire excellent.

[*Texte*]

The Chair: Mr. Ianno.

Mr. Ianno: Mr. Chairman, I gather the Pandora's box I opened earlier still. . .

The Chair: We will have to be restrained because we have many things to do, including voting possibly at 5:30 p.m.

Mr. Ianno: It's okay to go ahead?

The Chair: Go ahead, but keep it tight.

• 1630

Mr. Ianno: I have just a couple of short questions. First of all, do you feel that CBC French radio and TV are doing a good job?

Mme Campbell: Je crois personnellement qu'on fait du bon travail, mais on pourrait faire mieux, c'est–à–dire que le téléspectateur à l'extérieur de la ville de Montréal aurait une bien meilleure idée de ce qu'est le pays si on avait les moyens de le faire. Le téléspectateur de Montréal, qui regarde sa télévision et qui écoute sa radio, comprend ce qui se passe dans sa ville, mais celui de Moncton doit écouter un produit qui vient de Montréal parce qu'on a, en tout et partout, deux postes de base à part Montréal, soit Québec et Moncton.

Seulement trois émissions de télévision sont produites à l'extérieur de Montréal. C'est comme si les gens à l'extérieur de la province de Québec ou à l'extérieur de Montréal ne se reconnaissaient plus à la télévision ou à la radio. C'est cela le vrai problème.

On n'accomplit pas notre mandat. En ce qui a trait aux heures, on remplit notre mandat beaucoup plus facilement que le réseau anglais. C'est le contenu qui est un problème.

Mr. Ianno: I gather, then, that it's a cost factor we're dealing with because you feel that you're offering a suitable service but it could be a lot better.

Taking into account the limited resources, if English TV and radio are spending. . . I think you said 37% on the French side and more on the other side. I don't know the specific numbers. Can you recommend what you would consider eliminating from English TV and English radio that could possibly be shifted to yourself in such a way that they could still accomplish their goal?

Mme Campbell: C'est vraiment nous placer dans une position déliquate. On n'est pas ici pour couper les budgets du réseau anglais.

Mme Dauphin: On n'est pas ici pour couper les budgets du réseau anglais mais, si les francophones ont pu vivre avec ce qu'on a pu leur donner, les anglophones devraient également être capables de le faire. Pourquoi semblez–vous être capables de vivre avec les services limités qu'on offre aux francophones et que vous ne seriez pas capables de vivre sans les services actuellement offerts aux anglophones?

Mr. Ianno: That's my point.

Mme Dauphin: J'essaie toujours d'être logique. Je veux simplement être logique et suivre ce raisonnement jusqu'à la fin.

[*Traduction*]

Le président: M. Ianno.

M. Ianno: Si je comprends bien, monsieur le président, la boîte de Pandore que j'ai ouvert plus tôt est toujours. . .

Le président: Nous allons devoir nous limiter, car nous avons beaucoup de choses à faire, et il y aura peut–être un vote à 17h30.

M. Ianno: Puis–je continuer?

Le président: Oui, mais je vous demande d'être rapide.

M. Ianno: Je n'ai que quelques brèves questions. D'abord, estimez–vous que le réseau français de la SRC fait du bon travail à la radio comme à la télévision?

Ms. Campbell: Personally, I think we're doing a good job, but that we could do better. In other words, television viewers outside Montreal could get a much better idea of the country, if we had the money to offer a better service. Television viewers in Montreal watching television or listening to the radio understand what is going on in their city. However, television viewers in Moncton have to tune into a program that comes from Montreal, because in all, we have two basic stations outside of Montreal, Quebec City and Moncton.

Only three television programs are produced outside Montreal. People living outside Quebec or Montreal, no longer see themselves reflected on television or on radio. That is the real problem.

We are not fulfilling our mandate. As far as the number of hours goes, we fulfill our mandate much more easily than the English network. The problem is content.

M. Ianno: Je crois comprendre qu'il s'agit d'un problème de coût, car vous jugez que vous offrez un service adéquat, mais qui pourrait être bien meilleur.

Compte tenu des ressources limitées, si la télévision et la radio en anglais représentent. . . Et je pense que vous avez dit que 37 p. 100 du financement va au réseau français, et que le réseau anglais en a davantage. Je ne connais pas les chiffres exacts. D'après vous, où faut–il couper dans la télévision et la radio en anglais afin d'accroître votre budget? Il faut quand même que le réseau anglais atteingne ses objectifs.

Ms. Campbell: You are really putting us in a difficult situation. Our purpose here is not to see cuts in the English network's budget.

Ms. Dauphin: We're not here to ask for cuts in the English network's budget. However, if francophones have been able to live with what they've been given, anglophones should be able to do so as well. Why do seem able to live with the limited services offered to francophones, and yet you would apparently be unable to live without the services presently offered to anglophones?

M. Ianno: C'est exactement ce que je dis.

Mrs. Dauphin: I always try to be logical. I just want to take this argument to its logical end.

[*Text*]

Mr. Ianno: I'm trying to follow your logic. If somehow or other you can supply a service for a limited amount and you feel that you're penalized or given less, then the question I have is if you do buy per capita and shift it over to the English side, how much less would be required in order to accomplish the same kind of productivity and good work?

Mme Campbell: On a la même productivité. C'est le contenu qui est différent et c'est cela qui blesse. La qualité du produit anglophone est supérieure parce qu'ils ont les moyens de refléter les réalités d'un bout à l'autre du pays. Le réseau français n'a pas ces moyens-là.

Mme Dauphin: C'est bien certain que, lorsqu'un francophone regarde nos dramatiques et qu'il s'aperçoit qu'il y a trois personnes dans la cuisine, que cela fait un mois à toutes les semaines qu'elles sont dans la cuisine, il ne trouvent pas cela aussi bon. Cependant, un anglophone qui regarde *Street Legal* et qui voit des buildings, des rues, des avenues, etc., trouve cela «jazzé», il trouve cela intéressant. Nous ne sommes pas différents d'eux, on a la même tête, on est pas fous, on vit dans la même période, la même époque.

Je vous le dis, c'est certain que vous menacez les anglophones si vous coupez les budgets du réseau anglais. On vient simplement vous dire qu'il faut faire quelque chose pour nous, qu'on n'a plus rien d'autre, qu'il faut que cela cesse. Vous ne me ferez pas dire que vous ne les menacerez pas si vous les coupez. Ils vont se retrouver, comme nous, dans la cuisine. On ne fait pas de miracles, monsieur. Ils vont retrouver la même personne dans la cuisine pendant un mois.

The Chair: I think we'll pass now to the next cook for a quick question.

Mr. Cannis (Scarborough Centre): You mentioned earlier that for you to go to Toronto, you would have to have a major, major reason. Why? I just want to pick up where Bonnie didn't have time to finish. What kind of reason would you need to justify the expenditure when in essence you might go to Toronto to do a major story that would attract viewers, which will give you an opportunity to put a better product on the tube or the radio to enhance your revenue?

• 1635

Mme Dauphin: Cela coûte combien, monsieur, un billet d'avion pour aller à Toronto? On ne l'a pas, l'argent, on ne l'a pas.

Monsieur, demain matin, à quatre heures, je quitte pour aller à Drummondville, et j'ai demandé qu'on puisse coucher à Drummondville parce qu'on retourne le lendemain matin à quatre heures. On m'a répondu: 50$ pour une chambre d'hôtel, c'est trop cher. C'est cher Drummondville. C'est un problème!

Mr. Cannis: Well—

Mme Dauphin: Et moi, j'ai travaillé...

Mr. Cannis: We MPs here pay $40—

Mme Dauphin: Pardon?

[*Translation*]

M. Ianno: J'essaie de suivre votre logique. Si vous arrivez à offrir un service avec des ressources limitées, et vous estimez que vous être brimé ou que vous ne recevez pas votre part juste, ma question est la suivante. Si vous appliquez le principe du financement par habitant et si on l'applique au réseau anglais, quelle réduction serait possible tout en gardant la même productivité et le même bon travail?

Ms. Campbell: We have the same productivity. The difference lies in content, and that's where it hurts. The quality of the English network's product is better, because it can afford to reflect the reality of all parts of this country. The French network does not have the resources to do that.

Ms. Dauphin: When a francophone watches our dramas and sees three people sitting in a kitchen every week for a month, they don't find they are getting as good a service. However, an anglophone watching *Street Legal* sees outdoor settings—buildings, streets and so on—and finds this jazzy and interesting. We are not different from anglophones. Our heads work the same way. We are not crazy, we live in the same era.

As I said, there is no doubt that you are threatening anglophones if you cut the English network's budget. We are just here to say that something must be done for us, that we have nowhere else to turn. This situation must change. I cannot say that you won't be threatening the anglophones if you make cuts to the English network They will find themselves watching programs set in some kitchen, just as we do. We have no miraculous solutions, sir. Anglophones will find themselves watching the same people in the same kitchen for a month.

Le président: Nous allons passer la parole au prochain cuisinier qui a une question rapide à poser.

M. Cannis (Scarborough–Centre): Vous avez dit plus tôt qu'il faut qu'il y ait une raison majeure pour vous rendre à Toronto. Pourquoi? Je veux donner suite à la question posée par Bonnie. Nous n'avons pas eu le temps d'avoir une réponse. Quelle sorte de justification faut-il donner pour aller à Toronto pour faire un reportage majeur qui attirerait des téléspectateurs, qui vous permettrait d'offrir un meilleur produit à la télévision ou à la radio et qui augmenterait vos recettes?

Mrs. Dauphin: How much does a plane ticket to Toronto cost? We simply don't have the money.

At 4 o'clock tomorrow morning, I am leaving for Drummondville. I asked to stay overnight in Drummondville, because otherwise we are coming back the next morning at 4 a.m. I was told that 50$ for a hotel room was too much. Drummondville is expensive. So you see the problem!

M. Cannis: Eh bien...

Ms. Dauphin: And I worked...

M. Cannis: Nous députés nous payons ici 40$...

Ms. Dauphin: Pardon me?

[*Texte*]

Mr. Cannis: —per night.

Mme Dauphin: Personnellement, ce n'est pas que je voulais coucher à l'hôtel, monsieur. Écoutez, réalisez–vous que lorsqu'on aura fini de tourner, il faudra rentrer à Montréal, se coucher et repartir à quatre heures du matin? Comment va–t–on faire nos journées? Quant à l'hôtel, je m'en fous, cela pourrait être n'importe où. Mais je n'ai pas d'argent pour aller coucher à Drummondville. Je ne peux pas aller à Toronto.

Mr. Cannis: Why do we buy American products to attract viewers, to attract buyers? My point here is that if you're going to go to Toronto or Vancouver, you're obviously going out to get a product to put it on the tube to be able to generate interest and thus generate income. I don't see why you would not be able to go after this product, irrespective of the cost—maybe not irrespective of the cost, but it has to be a compromise.

You mentioned *Street Legal* and their budget is so high. Is it because they attract more revenue that they're given more to spend?

Mme Dauphin: Il est certain que chez nous, on est limité par les possibilités du marché au niveau de la publicité. Nos budgets ont été coupés, donc on s'est tourné du côté de la publicité. Toutefois, on ne peut aller chercher beaucoup avec la publicité compte tenu du petit bassin de population. On est limité. C'est également clair qu'un administrateur me dirait: même si tu faisais le meilleur reportage à Toronto, la publicité est plafonnée, je ne peux pas aller en chercher plus, il y a tant de canaux et on se partage ce marché–là. Donc, je ne peux pas faire plus.

Ce serait intéressant que la réalité canadienne, le fait canadien puisse nous soutenir. C'est là–dessus que l'argent du public pourrait servir à nous soutenir pour qu'on accomplisse notre vrai mandat.

Quand vous parlez de *Street Legal*, c'est sûr que cela rapporte, et quant à nous, on fait de gros *shows*, on a de la cote aussi. C'est la vie!

Le président: Hélas! nous sommes obligés de passer à une dernière petite question de M^me^ Tremblay, suivie d'une dernière intervention du président.

Mme Tremblay: Merci beaucoup, monsieur le président.

Dans les suggestions que vous faites à la fin de votre document, vous dites de mettre fin aux abris fiscaux dont jouissent les producteurs privés. Avez–vous mesuré l'impact que cela pourrait avoir si on leur enlevait les abris fiscaux? Il semblerait qu'avec les abris fiscaux cela leur permet de produire plus, donc les comédiens continuent à jouer et l'industrie se développe davantage. Avez–vous mesuré un peu l'impact de cela?

Mme Dauphin: Je mets les producteurs privés au défi de nous faire la preuve que leurs productions sont moins cher que celles de Radio–Canada. Il n'ont jamais pu faire la preuve de cela. Avec la venue de Téléfilm Canada, on a en quelque sorte subventionné la production privée. L'argent qu'on a enlevé à Radio–Canada a été placé ailleurs.

[*Traduction*]

M. Cannis: . . .la nuit.

Ms. Dauphin: Personally, I didn't really want to stay at the hotel. Do you realize the once we have finished our work, we will have to go back to Montreal, go to bed and leave again at four in the morning? How are we going to do our work? I really don't care about the hotel, it could be anywhere. But I don't have the money to spend the night in Drummondville. I cannot go to Toronto.

M. Cannis: Pourquoi est–ce qu'on achète des produits américains pour attirer les téléspectateurs, les acheteurs? Il me semble que si vous vous rendez à Toronto ou à Vancouver, vous le faites avant de pouvoir présenter une émission à la télévision qui vous permettrait d'attirer des téléspectateurs et donc de produire des recettes. Je ne vois pas pourquoi vous ne seriez pas capable d'aller chercher ce produit, peu importe le coût. Bon, je sais qu'il faut toujours tenir compte du coût, mais il faut qu'il y ait un compromis.

Vous avez dit que le budget de «Street Legal» est très élevé. Est–ce que le budget est plus élevé justement parce que cette émission produit plus de recettes?

Ms. Dauphin: In the French network, there is no doubt that we are limited by the potential of the advertising market. Because of budget cutbacks, we have turned to advertising. However, given our small population base, we cannot do that much with advertising. We are limited. There is also no doubt that a manager would tell me that even if I did the best possible story from Toronto, there is a limit on our advertising. The manager would say that it was impossible to get more, that there are so many channels and that we have to share the market. The manager would say that nothing more could be done.

It would be a good thing if the Canadian reality, the Canadian fact could support us. This is how public funds could be used to support us in carrying out our real mandate.

When you mention *Street Legal*, of course it generates revenue, and we do some big shows that are highly rated as well. "C'est la vie!".

The Chairman: Unfortunately, we must now move to one final brief question from Ms. Tremblay, followed by some closing remarks from the Chair.

Ms. Tremblay: Thank you very much, Mr. Chairman.

In your suggestions at the end of your brief, you say we should put an end to tax shelters that benefit private producers. Have you measured the possible impact of removing these tax shelters? Apparently the tax shelters allow private producers to produce more programming, thus enabling actors to continue finding work and allowing the industry to develop. Have you tried to measure the impact of such a measure?

Ms. Dauphin: I would challenge private producers to prove to us that their productions cost less than those produced by the Corporation. They've never been able to prove that. When Telefilm Canada was set up, the government more or less subsidized private production. The money taken away from the CBC was put elsewhere.

[*Text*]

Nous disons que les coûts administratifs sont énormes. L'argent des contribuables soutient deux administrations, celle de Radio–Canada et celle de Téléfilm Canada. On pourrait ne faire qu'une administration et faire en sorte que les producteurs privés viennent s'arrimer à la télévision publique dont le mandat est très bien défini.

D'autre part, quand on en est rendu à financer 44 p. 100 des productions privées, je me pose des questions. Si j'étais un homme d'affaires, je me dirais: est–ce que je fais un bon placement ou est–ce que je vais soutenir cette entreprise–là toute ma vie?

Le président: La dernière question porte simplement sur votre logique du 50–50.

• 1640

Si on est logique, avec 25 p. 100 des contribuables habitant le Québec et 75 p. 100 habitant le reste du pays, la seule manière d'assurer ce partage, qui est aussi appuyé par M^me^ Tremblay, serait de sauvegarder l'unité du pays. Autrement, ce ne serait pas possible.

Mme Dauphin: Et ce ne serait pas cher.

Le président: Merci bien.

We'll take a one–minute break.

Merci bien d'être venues. Nous passerons maintenant au prochain groupe.

• 1641

[*Translation*]

We are saying that our administrative costs are very high. Taxpayers' money is being used to support two separate administrations—that of the Canadian Broadcasting Corporation and that of Telefilm Canada. We could have a single administrative service, and have private producers tied into public television, whose mandate is very clearly defined.

Furthermore, I also have to wonder when I see we are now financing 44% of private productions. If I were a businessman I would ask myself whether this was a good investment, or whether I would simply be supporting that firm all my life?

The Chairman: My final question is just about your 50–50 approach.

If we're logical, with 25% of taxpayers living in Quebec and 75% living in the rest of the country, the only way of guaranteeing this 50–50 split, which is also favoured by Ms Tremblay, is to protect national unity. Otherwise, this would be impossible.

Ms Dauphin: And it wouldn't be expensive.

The Chairman: Thank you very much.

Nous allons prendre une pause d'une minute.

Thank you very much for appearing before us today. We will now move on to our next group of witnesses.

• 1647

Le président: À l'ordre, s'il vous plaît.

Je crois comprendre que la cloche sonnera vers 17h30. Nous prendrons alors 15 minutes pour aller à la Chambre. Excusez–nous une fois de plus d'être en retard, mais comme vous le voyez, notre travail ici est toujours intéressant.

Nous recevons maintenant la Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada qui est représentée par une équipe formidable. Je sais pas qui en est le capitaine. C'est M. LeBlanc. C'est un nom typiquement acadien. Monsieur LeBlanc, présentez–nous votre équipe.

M. Gino LeBlanc (deuxième vice–président de la Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada): Merci, monsieur le président. Malheureusement, la présidente n'a pu venir aujourd'hui. Elle est à une réunion d'organisme non gouvernemental de la Francophonie, à Paris.

Mes collègues qui m'accompagnent sont le directeur général, M. Marc Godbout; M. François Boileau, conseiller politique et juridique; et M. Roger Lavoie, qui a travaillé au mémoire au niveau des communications. M. Godbout et moi lirons un court texte, et nous pourrons ensuite répondre à vos questions.

La Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada tient à remercier le Comité permanent du patrimoine canadien de lui donner l'occasion d'exprimer son point de vue face à Radio–Canada dans un environnement

The Chairman: Order, please.

I have been told that the bells will start ringing around 5:30 p.m.. We will interrupt our proceedings for 15 minutes at that time to go and vote. I apologize once again for being late, but as you can see, the work of this Committee is always interesting.

Our next witnesses are from the Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada, which is represented by a great team. I don't know who the captain is. It's Mr. LeBlanc. That's a typically Acadian name. Please introduce the players on your team, Mr. LeBlanc.

Mr. Gino LeBlanc (Second Vice–President, Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada): Thank you, Mr. Chairman. Unfortunately, our chairman was unable to be with us today. She is attending a meeting of Francophone NGOs in Paris.

Allow me to introduce my colleagues: the Executive Director, Mr. Marc Godbout; Mr. François Boileau, our political and legal advisor; and Mr. Roger Lavoie, who worked on communications aspects of the brief. Mr. Godbout and I will read a brief statement, and then we will answer any questions you may have.

The Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (FCFA) wishes to thank the Standing Committee on Canadian Heritage for this opportunity to express its views on the future of the Canadian Broadcasting

[*Texte*]

multicanaux. La FCFA a présenté, au fil des années, différents mémoires dont le fil conducteur a toujours été d'exiger que la Société Radio-Canada respecte le mandat que lui confie la Loi sur la radiodiffusion. Durant cette présentation, nous traiterons de cette loi dans l'environnement multicanaux. Pour plus de détails, nous vous invitons à regarder le mémoire qu'on a déposé au Comité.

Le président: Dans les deux langues officielles, chers collègues.

M. LeBlanc: Durant notre présentation, on va tenir compte presque exclusivement de la télévision de la Société Radio-Canada. À l'occasion, nous allons traiter de la société d'État dans son ensemble, lorsque nous nous référerons à l'ensemble des activités francophones et anglophones du radiodiffuseur national, tant au niveau de la télévision que la radio.

En effet, la radiodiffusion entre dans une ère où le simple citoyen aura plus que jamais l'embarras du choix en matière de programmation télévisuelle. Cette ouverture vers la multitude de choix pourrait démontrer, à plus ou moins brève échéance, que la société d'État est sur le point de s'engager sur une voix d'évitement si elle ne revient pas à son mandat original. À notre avis, la prolifération des canaux de Radio-Canada accentue l'incapacité de la SRC à s'acquitter d'une part importante de son mandat. Ce n'est pas la première fois qu'on lui reproche ceci. La programmation de la SRC ne tient pas compte de la diversité régionale du pays. C'est clair et vous l'avez sûrement déjà entendu. Qui plus est, les nouvelles chaînes de télévision spécialisées vont desservir et occuper l'espace télévisuel canadien et diluer la cote d'écoute de la Société Radio-Canada. Cette dernière a déjà entrepris une stratégie pour s'inscrire dans le nouvel environnement multichaînes.

• 1650

Ainsi, pour faire face à la concurrence, la société d'État projette de s'investir dans l'expérience des chaînes de télévision spécialisées. En adoptant une attitude plutôt mercantile, elle s'éloigne de son statut d'entreprise publique. Une telle attitude est incompatible avec la mission que lui confère la loi. Son souci de contrecarrer les effets de la concurrence a des conséquences directes sur la dualité linguistique du Canada. En effet, la Société Radio-Canada nourrit, à notre avis, une approche du bilinguisme territorial dans laquelle se retrouvent un Québec français et un Canada anglais. Or, l'avenir du Canada ne peut être assuré que si le pays est capable de traduire dans ses lois et dans ses institutions la dualité linguistique.

La télévision doit nourrir l'imaginaire en tenant compte des vies, des valeurs et des mythes qui sont distincts d'une région à l'autre du Canada. Or, l'imaginaire québécois n'est certainement pas l'imaginaire acadien, et ce dernier diffère certainement de celui du Franco-Ontarien. C'est ce que la Loi canadienne sur la radiodiffusion reconnaît implicitement lorsqu'elle stipule que la programmation doit refléter la situation et les besoins des minorités de l'une ou de l'autre langue.

Le rôle de la société d'État diffère de celui d'une entreprise privée ou communautaire. Le mandat qui lui est conféré par la loi l'incite à adopter une vision pancanadienne. Est-ce bien le cas? La Société Radio-Canada a-t-elle une vision pancanadienne de son rôle? D'après nous, il est permis d'en douter.

[*Traduction*]

Corporation in the multi-channel universe. Over the years, the FCFA has presented several briefs, the common element of which has been an appeal to the CBC to comply with its appointed mandate under the Broadcasting Act. During our presentation, we will be discussing the role of this legislation in the multi-channel universe. For further details, we would invite you to examine the brief we have tabled with the Committee.

The Chairman: In both official languages, colleagues.

Mr. LeBlanc: During our presentation, we will be talking almost exclusively about CBC television. Occasionally we will be talking about the Corporation as a whole, when we refer to all of its English-language and French-language activities, on both radio and television.

Broadcasting is entering an era where more than ever before, the ordinary viewer is faced with an overwhelming variety of television programming. Within a relatively short period of time, the CBC could find itself sidetracked by the growing number of choices if it does not refocus on its original mandate. In our opinion, the proliferation of television channels emphasizes the CBC's inability to fulfil an important part of its mandate. In our view—and this is not the first time we have voiced this criticism—CBC programming does not take into account the country's regional diversity. That is clear, and I'm sure you've heard it before. Furthermore, new specialty channels are flooding the Canadian television market and diluting the CBC's viewing audience. The CBC is already working on a strategy to carve out a niche for itself in the new multi-channel universe.

In order to compete, the CBC is planning to jump into the specialty-channel market. By adopting more of a commercial posture, it is moving away from its status as a public company. This attitude is not in keeping with its appointed mandate under the Act. Its preoccupation with counteracting the effects of competition directly undermines Canada's linguistic duality. In our view, the CBC is endorsing territorial bilingualism, where we would have a French Quebec and an English Canada, when in fact, Canada's future will be assured "only if it is able, through its legislation and institutions, to mirror linguistic duality".

Television must feed the imagination by taking into account the lives, values and myths that are unique from one region to the next. Quebeckers and Acadians have different perceptions of the imaginary. The same holds true for Franco-Ontarians. The Broadcasting Act implicitly acknowledges this reality when it stipulates that programming must reflect the needs and circumstances of each official language community.

Therefore, the role of the Crown Corporation differs from that of a private or community-operated business. In accordance with the legislation, its vision must be pan-Canadian. Is this in fact the case? Has the CBC adopted a pan-Canadian vision? We doubt that it has.

[*Text*]

Le marché francophone québécois est sans doute moins sujet à l'influence américaine que le marché anglophone. Cependant, une telle affirmation a avantage à être tempérée quand vient le temps de jauger l'influence américaine sur les habitudes d'écoute des francophones du Canada. Une étude exhaustive sur ces habitudes d'écoute démontrerait que les francophones du Canada ne sont pas «branchés» sur la programmation de la SRC, notamment en ce qui concerne les émissions de divertissement. Pourquoi? Parce que la SRC n'offre pas une programmation qui reflète leurs besoins, leurs réalités, etc. Cette faible consommation télévisuelle s'intensifiera davantage dans un environnement multicanaux, dans la mesure où la francophonie canadienne à l'extérieur du Québec — les jeunes en particulier — s'identifie peu ou prou à ce que la SRC propose en termes de programmation de divertissement.

Les communautés francophones et acadienne sont-elles condamnées à consommer l'imaginaire de l'autre? Oui, pour ce qui est de l'imaginaire que produit la télévision et dans la mesure où elles ne se reconnaissent pas dans la programmation qui leur est proposée actuellement. Non, si l'on élargit le concept de l'imaginaire en y introduisant tous les facettes de la culture. Si l'on s'en tient à l'imaginaire produit par la télévision, la commercialisation de la société d'État risque de marginaliser davantage les communautés francophones et acadienne.

Les communautés francophones et acadienne se trouvent coincées entre une programmation canadienne–anglaise et américaine et une programmation québécoise. La commercialisation et les coupures budgétaires obligent la société d'État à faire des choix. Comme elle a très peu investi par le passé dans la production régionale, elle ne voit pas pourquoi elle le ferait dans la nouvelle conjoncture.

M. Marc Godbout (directeur général de la Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada): La caractéristique principale de la société d'État est d'être une entreprise publique nationale. Cette caractéristique qui a marqué son origine fait cependant place, à la suite de la progression de la concurrence dans le secteur de la radiodiffusion, à une préoccupation croissante pour l'efficacité et la rentabilité. Ainsi, au fil des années, la société d'État est devenue de plus en plus commerciale. La concurrence peut expliquer ce compromis entre le mandat du radiodiffuseur public et national et celui de produire des émissions de qualité. Cette tendance à la commercialisation risque d'être mise davantage en évidence dans un environnement multicanaux. Laissons la parole aux dirigeants de la Société Radio–Canada qui disaient:

> Ce compromis en vaut la peine et nous n'avons pas à nous en excuser. Il est préférable d'être commercial et de produire davantage de bonnes émissions canadiennes que de ne pas l'être et de ne pas pouvoir se le permettre.

La Société Radio–Canada produit de bonnes émissions. Cependant, là n'est pas la question. Le mandat de la SRC n'est pas uniquement de produire des émissions de qualité. Ces émissions doivent avoir un contenu qui soit non seulement canadien, mais qui rende compte de la diversité régionale de ce pays.

[*Translation*]

The French–speaking market in Quebec is undoubtedly less subject to the influence of the U.S. than the English–speaking market. However, it would be wise to temper this statement when gauging American influence on the viewing habits of Canada's Francophones. An exhaustive study of these viewing habits would reveal that Canada's Francophones are not "plugged into" CBC programming, particularly when it comes to entertainment programs. Why? Because the CBC does not offer the kind of programs that reflect their needs and circumstances. The CBC's share of the television viewing audience will continue to decline in the multi–channel universe as long as the members of Canada's Francophone community (outside Quebec) and young people in particular identify little, if at all, with the kind of entertainment programming the CBC is offering.

Are Francophone and Acadian communities condemned to feed off the imagination of others? As far as television goes, they are, to the extent that they cannot identify with the programming that is now being offered to them. If we broaden the term to encompass all aspects of culture, the answer would have to be no. However, strictly from a television perspective, the commercialization of the Crown Corporation threatens to further marginalize Francophone and Acadian communities.

Francophone and Acadian communities are often faced with choosing between English Canadian and American programs and Quebec–made ones. Commercialization and budget cuts are forcing the CBC to make choices. Since it has invested little in the past in regional production, we see little reason why it would do so in the new broadcasting environment.

Mr. Marc Godbout (Executive Director, Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada): The primary characteristic of the CBC is its status as a national public enterprise. However, in light of mounting competition in the broadcasting field, this characteristic has given way to a growing concern for efficiency and cost–effectiveness. Over the years, the Crown Corporation has become increasingly commercial in nature. Because of competition, it has compromised when it comes to fulfilling its mandate as a public broadcaster and its duty to produce quality programming. A multi–channel universe could shift the spotlight even more on the increased trend toward commercialization. Listen once more to what CBC management had to say:

> It's a compromise that's worth making, and we don't apologize for it. It's better to be commercial and make more good Canadian programs than to be non–commercial and not make them.

The CBC produces quality programs. That is not the point. Producing quality programs is not the Corporation's sole responsibility. These programs must reflect not only the Canadian identity, but the country's regional diversity as well.

[*Texte*]

[*Traduction*]

• 1655

Ainsi, les effets de la concurrence et de l'environnement multichaînes poussent la société d'État à participer à cinq nouvelles demandes de licence. En termes de profit, l'avenir se trouve dans ces chaînes de télévision spécialisées. Dans cette perspective, ce n'est pas une coïncidence si la société d'État ressemble de plus en plus à une entreprise privée. Le compromis prend des allures de pratiques courantes.

The impact of competition and the advent of the multi–channel universe have prompted the CBC to apply for five new licenses. As far as profits are concerned, the future lies will specialty services. As such, it is no coincidence that the Crown Corporation is beginning to look more and more like a private enterprise. Compromise is becoming common practice.

À la suite d'une décision du CRTC, en février 1987, concernant le renouvellement de la licence de la Société Radio–Canada, cette dernière s'est prêtée de bon gré à l'exercice d'identification des besoins télévisuels de nos communautés avec les porte–parole de notre milieu. En juin 1988, la Société déposait l'étude des besoins qui est le fruit de ces consultations. Cette étude proposait un plan d'action très détaillé couvrant de nombreux aspects des problèmes identifiés en matière de rayonnement et de programmation. À l'époque, la Société Radio–Canada estimait à 80 millions de dollars les sommes requises pour mettre en oeuvre les recommandations du rapport. Cette enquête demeure, encore aujourd'hui, l'étude la plus exhaustive jamais entreprise par la Société pour connaître nos besoins en matière de programmation télévisuelle.

Following a CRTC ruling in February 1987, regarding the renewal of the CBC's license, the CBC willingly set about identifying the television requirements of our communities with the help of community representatives. The consultative process culminated in the release of a study in June, 1988. The study outlined a highly detailed action plan covering many aspects of coverage and programming. The CBC estimated at the time that it would need $80 million to implement the Report's recommendations. This study still stands today as the most comprehensive survey every undertaken by the Corporation to gauge the television programming needs of our communities.

Plus de six ans après le dépôt du rapport de la société d'État, la Fédération des communautés francophones et acadienne constate que le réseau radio–canadien n'a pu adapter son service français de manière à répondre aux besoins des communautés de la francophonie canadienne. Par ailleurs, les coupures budgétaires de décembre 1990 ont reporté indéfiniment la mise en oeuvre du rapport Gilbert.

More than six years after the CBC's report, the Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada is of the opinion that the "Canadian Broadcasting" network has failed to adapt its French–language service to satisfy the needs of Canada's francophone communities. Moreover, as a result of the December 1990 budget cuts, implementation of the Gilbert report has been postponed indefinitely.

Là où le bât blesse, c'est quand on nous ressasse à satiété l'argument selon lequel la production régionale de la Société Radio–Canada, à l'extérieur du Québec, est conditionnelle à l'obtention de crédits supplémentaires.

The kicker, however, is when the CBC argues that we are getting our fill when in fact, regional production outside Quebec is dependent on additional funding.

Dans la décision de 1987, le CRTC invitait la Société Radio–Canada à adapter sa programmation aux besoins des francophones vivant à l'extérieur du Québec. Aujourd'hui, Radio–Canada doit continuer de rajuster son service de programmation—c'est le CRTC qui l'a dit en 1994—sans préciser d'objectifs de développement minimal à atteindre. La Société a par conséquent bifurqué de sa mission envers nos communautés, qui était loin d'être accomplie, afin de répondre aux impératifs de l'économie et de se conformer aux restrictions budgétaires imposées.

In its 1987 ruling, the CRTC urged the CBC to gear its programming to the needs of Francophones living outside Quebec. Today, the CBC must continue to make adjustments to its programming—as the CRTC said in 1994—although no minimal development aims are stated. The Crown Corporation has become sidetracked in its mission to meet the needs of communities in order to satisfy economic imperatives and comply with budget constraints.

Dans cette perspective, le principal défi du radiodiffuseur national est le renouvellement et la promotion de sa mission originale. Les activités pour atténuer les effets de la concurrence et la commercialisation grandissante de la SRC ont eu pour résultat de l'éloigner de son mandat. Ce glissement idéologique pourrait s'avérer coûteux en ce qui concerne l'unité nationale. Fondée, entre autres, sur le concept de la dualité linguistique, l'identité canadienne est à la croisée des chemins. Les menaces qui pèsent sur elle nécessitent, de la part des élues et élus fédéraux, qu'ils réaffirment leur engagement à promouvoir la dualité linguistique. La Société Radio–Canada, institution clé dans la promotion de la dualité linguistique, est particulièrement visée par cet engagement.

In light of these facts, the main challenge facing the national broadcaster is the renewal and promotion of its original mandate. By focussing on activities aimed at countering the impact of mounting competition and commercialization, the CBC has strayed from its mandate. This "ideological" shift could prove costly as far as national unity is concerned. Canadian identity, which is based among other things on the concept of linguistic duality, is at a crossroads. Our elected officials, federal and otherwise, must reaffirm their commitment to promoting linguistic duality to counteract the impending threat. In particular, the CBC, an institution that plays a key role in promoting this duality, must focus on this commitment.

En août dernier, le gouvernement fédéral approuvait:

Last August, the federal government approved:

[*Text*]

. . .l'établissement d'un cadre de responsabilité pour la mise en oeuvre des articles 41 et 42 de la partie VII de la Loi sur les langues officielles. En vertu de l'article 41, le gouvernement fédéral s'engage à favoriser l'épanouissement des communautés minoritaires francophones et anglophones, ainsi qu'à promouvoir la pleine reconnaissance et l'usage du français et de l'anglais dans la société canadienne. Cet engagement vise non seulement à faire en sorte que les communautés minoritaires aient accès à des services dans leur langue, mais aussi que les institutions fédérales participent activement au développement et à l'épanouissement de ces communautés.

Une série de mesures est proposée à ces institutions pour qu'elles puissent satisfaire aux nouvelles exigences de la loi. La Société Radio–Canada est identifiée comme une institution clé dans le cadre de responsabilité. Pour se conformer à l'esprit de ce cadre, la Société Radio–Canada, par exemple, devra faire un peu plus que de continuer à rajuster son service de programmation. Elle devra donc élaborer un plan d'action pour la mise en oeuvre de l'article 41. Enfin, le cadre de responsabilité stipule que le plan d'action devra être construit en fonction des besoins particuliers des communautés francophones et acadienne.

Dans l'état actuel de la production télévisuelle, nous considérons que la Société Radio–Canada est le foyer d'une conception territoriale de la dualité linguistique. L'antenne de la société d'État est le reflet d'un Canada scindé. Nous avons, d'un côté, le Canada anglais et, de l'autre, le Québec français, terminologie que nous n'accepterons jamais. Cependant, même à l'intérieur de la province de Québec, on reproche à la Société Radio–Canada son côté trop montréalais, de là l'expression «Radio–Montréal».

[*Translation*]

. . .the establishment of a responsibility framework for implementing sections 41 and 42 of the Official Languages Act. Pursuant to section 41, the federal government is committed to enhancing the vitality of English and French linguistic minority communities in Canada and to fostering full recognition and use of both English and French in Canadian society. The aim is not only to ensure that these minority communities have access to services in their language, but also to ensure that federal institutions actively participate in the development and expansion of these communities.

A series of measures has been suggested to these institutions to help them meet the new requirements of the act. The CBC is identified as a key institution. To comply with the spirit of the responsibility framework, the CBC will have to do a little more than merely continue to make adjustments to its programming service. It will have to draw up an action plan to implement section 41. Lastly, the responsibility framework stipulates that the action plan must be geared to the specific needs of Francophone and Acadian communities.

Given the state of its television production, it is our contention that the CBC epitomizes the territorial concept of linguistic duality. Its programming is the reflection of a splintered Canada, with English–speaking Canada on one side, and French–speaking Quebec on the other. We will never accept this terminology. However, even within the province of Quebec, the CBC is criticized for focussing too heavily on Montreal, hence the expression "Radio–Montréal".

• 1700

Certaines régions du Québec sont aussi mal desservies que l'ensemble des communautés francophones et acadienne de ce pays. La Société Radio–Canada fait face à des problèmes de financement. C'est ce qui expliquerait qu'elle ne peut offrir un service de qualité partout au pays. Pourtant, le réseau anglais de la télévision reçoit un financement supérieur à celui de la Société Radio–Canada. Le réseau anglais a deux fois plus d'argent pour faire une heure de télévision que le réseau français, plus précisément 37 946$ contre 18 390$. Or, en vertu de la Charte canadienne des droits et libertés ainsi que de la Loi sur langues officielles, les langues française et anglaise sont réputées être égales devant la loi. L'argument du poids démographique ne doit donc pas primer sur l'égalité du citoyen, peu importe sa langue officielle.

Le président: Pouvez–vous passer dès maintenant aux recommandations? Autrement, nous serons très coincés au point de vue des questions.

M. Gobdout: On en est tout près, monsieur le président.

Bien que sa programmation ne reflète pas les besoins des communautés francophones et acadienne, la Société Radio–Canada demeure le seul radiodiffuseur qui soit présent d'un océan à l'autre. C'est le seul radiodiffuseur dont les ondes

Some Quebec regions are as poorly served as this country's Francophone and Acadian communities in general. The CBC is grappling with funding problems, which could explain why it is unable to provide coast–to–coast quality service. The CBC's English television network receives a higher proportion of funding. The English network has twice as much money to produce one hour of television programming as the French network has. Specifically, $37,496 compared with $18,390. Yet, under the Canadian Charter of Rights and Freedoms and the Official Languages Act, French and English are deemed to have equal status under the law. The argument of demographic weight should not take precedence over the equality of citizens, regardless of their official language.

The Chairman: Could you give us your recommendations? Otherwise, we'll have very little time for questions.

Mr. Godbout: We're almost there, Mr. Chairman.

Although its programming does not reflect the needs of Francophone and Acadian communities, the CBC is the only broadcaster with a coast–to–coast presence. It is the only broadcaster that reaches all the country's Francophones. The

[*Texte*]

peuvent être captées par tous les francophones de ce pays. Le nouveau Réseau de l'information, le RDI, dont les activités sont prévues pour janvier 1995, n'est pas un réseau national et ne pourra jamais prétendre l'être tant et aussi longtemps qu'il ne se conformera pas aux critères d'un réseau national. La décision du CRTC concernant l'obtention de la licence du RDI démontre encore une fois qu'il abdique à ses responsabilités.

Par ailleurs, il ne suffit pas de diffuser des émissions en français d'un bout à l'autre du réseau de la Société pour que cette dernière puisse dire: Mission accomplie. On ne doit pas limiter la promotion des langues officielles à la simple prestation de services en français. Par exemple, les dramatiques sont un véhicule idéal pour refléter le Canada et ses régions, nous dit le CRTC dans sa décision de juillet dernier. On justifie cette affirmation par le fait qu'elles attirent des auditoires d'un million ou plus. Voilà une affirmation qui nous semble pour le moins énorme. En quoi les dramatiques, qui recréent pour la plupart des scènes de la vie montréalaise et québécoise, sont–elles un véhicule idéal pour refléter le Canada et ses régions? La réponse la plus plausible à cette question est que, dans l'esprit des responsables du CRTC, la région représente, d'une part, le Canada anglais et, d'autre part, le Québec français. Quelle région francophone à l'extérieur du Québec est reflétée dans les dramatiques? Il y a même des émissions qui sont faites en région, par exemple l'émission *Country Centreville* à Moncton, pour lesquelles on dépêche des équipes de Montréal avec des artistes de Montréal. Ce n'est certainement pas cela, ajuster une programmation régionale. Voilà qui nourrit, selon nous, le bilinguisme territorial: cette propension à ne jamais considérer le français à l'extérieur du Québec. Combien de dirigeants et de dirigeantes de la Société et du CRTC sont des Yves Beauchemin qui s'ignorent?

M. LeBlanc: Voici nos recommandations, monsieur le président.

1. Les budgets de la société d'État doivent refléter le principe d'égalité qui est un des fondements que reconnaissent l'article 16 de la Charte canadienne des droits et libertés de même que la Loi sur les langues officielles. En conséquence, nous recommandons que les budgets de la société d'État soient partagés également (50–50) entre le réseau anglophone et le réseau francophone.

2. Que 15 p. 100, c'est–à–dire le pourcentage représentant la proportion de la francophonie canadienne vivant à l'extérieur du Québec sur le total des francophones Canada–Québec, des budgets totaux de la télévision de la SRC, qui sont de 436 millions de dollars, soient réservés à une programmation régionale devant répondre aux besoins particuliers des régions de la francophonie canadienne.

3. Que ces sommes d'argent soient administrées en région, naturellement, et que la programmation émane des régions.

4. Que ces budgets soient répartis équitablement entre les centres de production de télévision française de Moncton, Ottawa, Winnipeg, Regina, Edmonton et Vancouver. On ne vous apprend rien.

5. Que le plan d'action de la SRC préparé en 1988, connu sous le nom de Rapport Gilbert, soit revu pour être adapté à la situation actuelle et mis en oeuvre dans les plus brefs délais, conformément au cadre de responsabilité des articles 41 et 42 de la partie VII de la Loi sur les langues officielles.

[*Traduction*]

new French–language all–news channel, RDI, which is scheduled to go on the air in January, 1995, is not a national network and will never be able to claim that it is, as long as it fails to meet the standards for a national network. The CRTC's decision to grant an operating license to RDI is another example of how it has abdicated its responsibilities.

It is simply not enough for the CBC to broadcast French–language programs across the network in order to claim "mission accomplished". The promotion of official languages entails more than simply providing services in French. For example, in the decision handed down last July, the CRTC informed us that dramatic programs were an excellent way of reflecting Canada and its regions. The justification is that they attract audiences of one million or more. This is quite a statement indeed. In what way are dramatic programs, recreating for the most part life in Montreal or Quebec City, an ideal vehicle for reflecting Canada and its regions? The most plausible answer to this question is that in the minds of CRTC officials, the regions are made up of English–speaking Canadians on the one hand, and French–speaking Quebec on the other. Which Francophone region outside Quebec is mirrored in these dramatic productions? There are even programs produced in the regions, such as *Country Centreville*, in Moncton, with teams and actors that have been sent in from Montreal. That is certainly not what we mean by regional programming. In our opinion, it is this kind of attitude—the tendency to disregard Francophones outside Quebec—that fuels territorial bilingualism. How many CBC and CRTC directors are unsuspecting Yves Beauchemins?

Mr. LeBlanc: Here are our recommendations, Mr. Chairman.

1. The CBC's budget must reflect the principle of equal status recognized in section 16 of the Canadian Charter of Rights and Freedoms and in the Official Languages Act. Accordingly, we recommend that the Corporation's budgets be equally divided (50/50) between the English and French networks.

2. That 15% (equivalent to the proportion of Canadian Francophones living outside Quebec out of the total Francophone population in Canada and Quebec) of the total budget, namely $436 million for CBC's French–language television services be earmarked for regional programming geared to the specific needs of Canada's Francophones living in the regions.

3. That these sums of money be administered in the regions.

4. That these budgets be shared equitably by the French–language production centres in Moncton, Ottawa, Winnipeg, Regina, Edmonton and Vancouver. This is nothing new for you.

5. That the action drawn up by the CBC in 1988, known as the Gilbert Report, be reviewed and adapted to the present and that it be implemented at the earliest opportunity, in accordance with sections 41 and 42 of Part VII of the Official Languages Act.

[*Text*]

6. Qu'un centre de production de télévision française soit mis en opération dans le Nord canadien, cela dans les meilleurs délais.

7. Que la production régionale puisse être captée sur les ondes régionales.

• 1705

Voici les recommandations que nous faisons au CRTC.

1. Que le CRTC se porte davantage à la défense des intérêts de la clientèle des services de la radiodiffusion, au lieu de défendre prioritairement les intérêts du radiodiffuseur comme tel, en faisant respecter la Loi sur la radiodiffusion. C'est bien écrit dans la loi pourtant.

2. Que le CRTC mette en oeuvre des dispositifs pour corriger les écarts de programmation entre le Québec et la francophonie canadienne.

Merci, monsieur le président.

Mme Tremblay: Merci pour votre présentation. On va passer par-dessus les compliments d'usage et on va aller vite aux questions.

Où mettriez-vous votre station dans le Nord canadien si jamais vous l'obteniez? Au Yukon ou dans les Territoires du Nord-Ouest, ou entre les deux, sur la banquise?

M. Roger Lavoie (agent de recherche, Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada): Ce n'est pas à la Fédération de décider de cela.

Mme Tremblay: Vous parlez d'une station pour l'ensemble du Nord.

M. Lavoie: Oui.

Mme Tremblay: Vous parlez de 50-50 au nom du principe de l'égalité. Quand vient le temps de partager le 50 p. 100 entre francophones, vous ne voulez que 15 p. 100. Pourquoi pas 50-50 au nom du principe de l'égalité?

Le président: Pourquoi pas?

M. LeBlanc: Il nous semble équitable de demander 15 p. 100, ce qui représente la proportion de notre population. Pour nous, ce serait un pas énorme.

Mme Tremblay: Si vous dites qu'il est équitable que vous ayez 15 p. 100, le Canada va peut-être dire qu'il est équitable de garder 37-63. Il faut faire attention quand on parle d'équité, de justice et d'égalité. Si on partage à 50-50 entre les francophones et les anglophones au nom du principe d'égalité, par la suite, il faut partager à 50-50, toujours au nom du même principe, pour développer les minorités, surtout les minorités francophones.

M. LeBlanc: Quand on parle de 50-50, c'est par rapport aux langues: les communautés de langue anglophone et de langue francophone. C'est là qu'on réclame l'égalité entre les communautés linguistiques. Pour le moment, la production régionale en français est presque inexistante. Elle est centrée sur Montréal. On juge qu'avec 15 p. 100, on pourrait faire un premier pas en région avec une production qui reflète notre réalité d'Acadiens, de Franco-Ontariens, etc.

[*Translation*]

6. That a French-language television production centre be established in Northern Canada at the earliest opportunity.

7. That regionally produced programming be carried on regional stations.

Here are our recommendations to the CRTC.

1. That the CRTC concentrate more on defending the interests of broadcasting service customers, instead of giving priority consideration to the interests of the national broadcaster, by ensuring compliance with the Broadcasting Act. This responsibility is clearly set down in the act.

2. That the CRTC introduce mechanisms to correct programming discrepancies between Quebec and the rest of Canada's Francophone community.

Thank you, Mr. Chairman.

Ms. Tremblay: Thank you for your presentation. We'll dispense with the customary compliments and start right off with our questions.

Where would you locate your station in Northern Canada, if it were ever granted? In the Yukon or the Northwest Territories, or between the two, on an ice flow?

Mr. Roger Lavoie (Researcher, Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada): That would not be the decision of the Fédération.

Ms. Tremblay: You're talking about a station for the entire North.

Mr. Lavoie: Yes.

Ms. Tremblay: You say there should be a 50-50 split for the sake of equality. But when it comes down to sharing the 50% for Francophones, you only want 15%. Why not 50-50, again, for the sake of equality?

The Chairman: Why not?

Mr. LeBlanc: We think it's fair to ask for 15%, in keeping with our proportion of the population. It would be a great step forward for us.

Ms. Tremblay: If you think it's fair to have 15%, Canadians may feel that a 37-63 split is fair. You have to be careful when you talk about equity, justice and equality. If we have a 50-50 split between Francophones and Anglophones in the name of equality, then similarly there should be the same 50-50 division to develop the minorities, particularly the Francophone minorities.

Mr. LeBlanc: In advocating a 50-50 division, we are talking about languages, the English-language community and the French-language community. We say the language communities should be treated equally. Right now, there is almost no regional production in French; it is located almost exclusively in Montreal. We think that with 15%, we could take the first step towards producing programs at the regional level that reflect our reality as Acadians, Franco-Ontarians, etc.

[*Texte*]

Mme Tremblay: Après cela, on pourra réclamer 5 p. 100 pour Rimouski.

Le président: C'est garanti.

Mme Tremblay: Garanti?

Le président: Oui, oui. C'est garanti.

Mme Tremblay: Maintenant, comment pourrait–on arriver à vraiment refléter les régions? Je comprends votre frustration. L'autre jour, j'étais assise chez moi, très frustrée en regardant *Le Point* en provenance de Montréal. On parlait de l'élection à Montréal et on voyait le maire Doré se battre avec Jerôme Choquette. Je trouvais cela complètement déplacé. Alors je me suis dit: Ils regardent cela à Terre–Neuve et en Colombie–Britannique. C'est audacieux! Radio–Canada manque de respect à notre égard quand elle nous impose les candidats à la mairie de Montréal en train de se battre. Vraiment, j'ai trouvé cela exagéré.

Comment voyez–vous cela? Il faudrait qu'on produise des dramatiques. Au lieu de *Le temps d'une paix*, on pourrait avoir une émission se déroulant dans les Prairies. C'est cela que vous voulez dire?

M. LeBlanc: On demande la décentralisation de la production. On pense à l'image que le jeune voit à l'écran. Lorsque je vois des séries, des téléromans, etc., si je ne vois pas mon quotidien de Moncton, au Nouveau–Brunswick, je n'accroche pas à l'émission. Pour nous, il est essentiel que toutes les régions francophones du Canada puissent se voir dans leur quotidien, que leur imaginaire soit projeté à la télévision. On ne veut pas voir seulement les réalités québécoises de Montréal.

Donc, la production indépendante en région nous paraît essentielle. Cela ne veut pas dire des millions de dollars. L'émission *Jeunesse*, par exemple, pourrait très facilement être produite à Moncton. C'est une question de volonté de la part de la direction de Radio–Canada. Depuis le Rapport Gilbert, on n'a pas vu cette volonté de mettre les fonds en région et de produire une image réelle de la communauté acadienne, franco–ontarienne, etc.

Mme Tremblay: À ce moment–là, la production régionale, qu'elle soit produite à Moncton ou à Winnipeg, serait–elle diffusée sur le réseau ou à Moncton?

• 1710

M. LeBlanc: Absolument, parce que la Loi sur la radiodiffusion canadienne oblige Radio–Canada à refléter cette réalité pancanadienne. Comme vous le disiez très justement tout à l'heure, elle ne le fait pas.

C'est une question de respecter la loi, finalement.

M. Godbout: Il y a plusieurs options qui s'offrent à la Société. C'est très évident. Vous citiez l'exemple du débat des candidats à la mairie de Montréal. Quand les gens de la Colombie–Britannique, après *Le point*, se font dire «Bonne nuit» alors qu'il n'est que 19 heures en Colombie–Britannique, on passe de l'insulte à l'injure jusqu'à un certain point. Cela pourrait se régler assez rapidement par une interrégion de Radio–Canada.

[*Traduction*]

Mrs. Tremblay: And then we could demand 5% for Rimouski.

The Chairman: It's guaranteed.

Ms. Tremblay: Guaranteed?

The Chairman: Yes indeed.

Ms. Tremblay: What can we do to provide an accurate reflection of the regions? I can understand your frustration. The other day I was very frustrated watching the French–language news program Le Point from Montreal. It dealt with the municipal election in Montreal and the fight between the present Mayor Doré and Jerôme Choquette. I considered it to be completely incongruous and then I realized that people in Newfoundland and British Columbia also watch these programs. Imagine! It shows a total lack of respect on the part of the French CBC network that they would impose this kind of coverage of the Montreal municipal elections. I really think they go too far.

What is your view? Do you think we should be producing dramatic programs—instead of *Le temps d'une paix*, we could have a program that takes place on the Prairies. Is that what you're saying?

Mr. LeBlanc: What we're asking for is to have production decentralized. We're concerned about the image that is presented to young people. When I watch television series, if I don't see any reflection of my daily experience in Moncton, New Brunswick, then the program doesn't really catch my attention. We think it's essential that all French–speaking regions in Canada be able to see some reflection of their daily lives and of what they experience in their imagination on television. We don't want to be limited to scenes from Montreal.

So we consider independent production in the regions to be an absolute must. We're not talking about millions of dollars. The program Jeunesse could easily be produced in Moncton for example. It's really a matter of choice on the part of CBC management. Since the Gilbert Report, we have seen no sign of any intention to set up a regional production fund to allow for a true portrayal of the Acadian community, of Franco–Ontarians, and so on.

Ms. Tremblay: In that case, would regional programs, whether produced in Moncton or Winnipeg, be broadcast on the entire network or in Moncton?

Mr. LeBlanc: Absolutely, since the Canadian Broadcasting Act forces Radio–Canada to reflect that pan–Canadian reality. As you were saying quite accurately earlier, it does not do so.

It is a matter of abiding by the law, in the final analysis.

M. Godbout: The Corporation has several options—that is obvious. You gave the example of the Montreal candidates' debate. When viewers in British Columbia hear "Good night" at the end of *Le Point*, when it is only 7:00 PM there, it is adding insult to injury to a certain extent. That problem could be solved fairly quickly if the CBC had an inter–regional service.

[*Text*]

Il y a de bonnes émissions qui sont produites au Manitoba et en Saskatchewan, mais, même entre nos communautés, elles ne sont jamais diffusées d'une région à l'autre. Je pense que les Québécois aimeraient entendre parler de ce qui se passe dans nos communautés. Ils ne peuvent pas le faire parce que Radio–Canada ne sent pas qu'elle a le mandat de faire cela.

Regardons ce qui est produit par la chaîne française de TVOntario. On produit là du matériel excellent. Pourquoi est–ce que Radio–Canada ne pourrait pas acheter ces émissions par voie contractuelle? Il y aurait énormément de choses à faire de ce côté.

Le président: Hélas, je dois vous interrompre. Nous passons maintenant à Jan Brown.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Thank you very much for your presentation, and compliments to all of you.

I would like to focus a little bit on the ideological approach that you took throughout this presentation today with respect to the linguistic reality of Canada right now. I am from the west, and as a westerner I can say the linguistic reality is really changing. It's not just French and English any more. The language of business in Vancouver and in some parts of Calgary, for example, is Cantonese. You have banks and businesses that are undertaking every–day enterprise and business in a language that is not English or French.

We had a presentation last week stating Inuktitut will be an official language of the north in 1999.

I don't think it is any longer just a linguistic reality between two languages. That's going to be a real problem for us when we come to put our final recommendations in place, because it's not just the two.

Why was nothing done with the release of the study in June 1988? It seems to me, for goodness' sake, government over the years just sat on its duff and studied everything to death. It took no action on anything, and now look where we are at. We are in a financial environment, a financial climate right now, that is a very difficult one.

I often rise in the House and speak about the CBC boondoggle subsidy. And that's not to be critical of all the production of CBC by any means. But there just isn't the money any more for us to meet all of the needs of all the technicians, all the producers—all the needs and wants of all of the witnesses who are going to come forward here.

If you came before this committee in the past and made presentations... what has happened to all of that material? Is it sitting on a shelf somewhere gathering dust? Has anything ever happened to make anything different in the way the CBC has done its business? This is driving me crazy.

The Chairman: You're invited to join in the craziness, if you wish.

M. Godbout: Il ne fait pas de doute que nous sommes tout à fait d'accord sur la deuxième partie de votre énoncé.

[*Translation*]

There are good programs being produced in Manitoba and Saskatchewan but even within our communities, these programs are never broadcast in more than one region. I think that Quebeckers would like to hear about what's happening in our communities. They cannot do so because Radio–Canada does not feel that it has a mandate to do that.

Take the programs produced by TVOntario's French channel; it produces excellent material. Why couldn't Radio–Canada purchase those programs on a contract basis? A great deal could be done in that area.

The Chairman: I must interrupt you, unfortunately. We will now hear from Jan Brown.

Mme Brown (Calgary–Southeast): Je vous remercie beaucoup de votre exposé et je vous félicite tous.

J'aimerais parler un peu de la perspective idéologique qui sous–tend votre exposé d'aujourd'hui en ce qui a trait à la réalité linguistique du Canada à l'heure actuelle. Je suis de l'Ouest du pays et je peux vous dire que notre réalité linguistique évolue rapidement. Les gens ne parlent plus que le français et l'anglais. La langue des affaires à Vancouver et dans certaines parties de la ville de Calgary, par exemple, c'est le Cantonais. Il y a des banques et des entreprises qui mènent leurs affaires quotidiennes dans une langue qui n'est ni l'anglais ni le français.

Nous avons entendu un exposé la semaine dernière dans lequel on nous a dit que l'Inuktitut serait l'une des langues officielles du nord en 1999.

Je pense que nous ne pouvons plus parler d'une réalité linguistique où il n'y a que deux langues. Nous allons avoir de réelles difficultés à ce titre au moment de préparer nos recommandations finales, car il n'y a plus que ces deux langues.

Pourquoi n'y a–t–il pas eu de suivi à l'étude rendue publique en juin 1988? Il me semble, grand Dieu, que le gouvernement n'a rien fait pendant des années, n'a pas bougé d'un iota, si ce n'est pour commander d'autres études ad nauseum. Il n'a pas agi, dans quelque domaine que ce soit, et regardez où cela nous a menés. Le climat financier qui nous entoure à présent est très difficile.

Souvent, je me lève à la Chambre des communes pour parler de l'énorme gaspillage que représentent à mes yeux les crédits versés à la CBC–SRC. En disant cela, je ne désire aucunement critiquer tout ce que produit la SRC. Quoi qu'il en soit, nous n'avons plus l'argent nécessaire pour répondre à tous les besoins de tous les techniciens, tous les réalisateurs... Nous ne pourrons pas non plus répondre à tous les besoins et désirs de tous les témoins qui vont comparaître devant nous.

Si vous êtes déjà venu comparaître devant le comité dans le passé, si vous avez soumis des mémoires... Qu'est–il arrivé à tous ces documents? Ont–ils été relégués aux oubliettes et placés sur une étagère poussiéreuse quelque part? Quelqu'un a–t–il fait quoi que ce soit qui ait changé quoi que ce soit à la façon dont la Société Radio–Canada mène ses activités? C'est en train de me rendre folle.

Le président: Vous pouvez participer à notre folie collective, si vous le désirez.

M. Godbout: There is not a doubt in the world that we all agree fully with the second part of your statement.

[*Texte*]

S'il y a un organisme qui a failli à la tâche, c'est bel et bien le CRTC. Le CRTC avait mis une condition très claire lors du renouvellement de 1987. Radio-Canada s'en est complètement moqué. Il n'a absolument rien fait sauf produire l'étude. Le CRTC, lors du renouvellement de la licence en 1994, en a à peine fait mention. Je m'étonne que le président, M. Spicer, qui est quand même assez orgueilleux, accepte qu'on rie de lui comme cela. Je pense que le gouvernement canadien devrait également réagir parce que ce sont des fonds publics.

• 1715

Nous sommes aussi complètement désespérés quand nous voyons la lenteur avec laquelle on réagit à des recommandations comme celles du Rapport Gilbert.

Je reviens à votre premier commentaire. Au niveau de la dynamique canadienne, je me dois de préciser qu'il y a deux langues officielles au pays. C'est partie de notre histoire. Il y a deux communautés de langue officielle. Je dois dire que je me réjouis de votre ouverture au niveau des langues officielles, parce que ce n'est pas ce qu'on a compris de votre parti récemment, surtout dans sa proposition d'abolir la Loi sur les langues officielles. Si, à un moment donné, il y avait trois langues officielles, les gens seraient contents d'avoir l'appui de votre parti à ce niveau.

Je me devais d'apporte cette précision parce qu'on a assez mal accueilli cette prise de position du Parti réformiste.

En ce qui concerne l'autre dossier, je pense que vous avez parfaitement raison. On écrit des rapports, on fait des études et on ne se donne même pas la peine d'en faire la mise en oeuvre.

M. François Boileau (avocat-conseil, Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada): Pour répondre un peu plus précisément, vous allez trouver aux pages 8 et 9 de notre exposé des réponses à la deuxième partie de votre question en ce qui concerne le CRTC.

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): I don't want to distort what you had to say. In your remarks you noted that an exhaustive study of the viewing habits would reveal that Canada's francophones are not plugged into the CBC. You answer the question as to why that is by saying it doesn't offer the kind of programs that reflect francophones' needs and circumstances. How do you correct that? I'll give you at least two alternatives and probably more. Is it more money? Is it a change in the way the CBC operates, or are they just not in touch with their audience?

M. LeBlanc: Il n'est pas nécessaire qu'il y ait d'autres agences. Si les fonds octroyés à Radio-Canada étaient bien répartis parmi les stations de Radio-Canada dans les régions, on pourrait faire une production régionale. Comme je le disais à M^me^ Tremblay, les différentes communautés devraient se voir entre elles, comme le Québec devrait voir les Acadiens et les francophones de l'Ouest. Ce n'est pas une question d'argent. C'est une question de répartition du budget. C'est une question

[*Traduction*]

If there is one organization that has failed to fulfil its mandate, it is indeed the CRTC. When the CBC's licence was renewed in 1987, the CRTC placed a very clear condition on that renewal. The CBC ignored it completely. It did nothing but produce a study. When the CRTC renewed its licence in 1994, the issue was barely mentioned. I am surprised that Mr. Spicer, the chairman, who is quite a proud man, would take that kind of scornful behaviour lying down. I think the Canadian government should also react because these are public funds.

We are also thrown into complete despair by the slow pace of reaction to recommendations such as the ones contained in the Gilbert Report.

I'd like to go back to your first comment. As far as the dynamics of the Canadian situation are concerned, I feel obliged to point out that there are two official languages in this country. That is part of our history; there are two official language communities. I must say that I am happy to hear about your openness to Canada's official languages, since that is not what we understood from your party recently, especially since it resolved that The Official Languages Act should be abolished. Should there be three official languages at some point in the future, I'm sure people would be happy to have the support of your party in that regard.

I wanted to set the record straight on that issue because the position taken by the Reform Party recently was rather poorly received.

With regard to the other matter, I think you are perfectly right. Reports are drafted, studies are carried out and no one bothers to implement them.

Mr. François Boileau (counsel, Fédération des communautés francophones et acadiennes du Canada): I would like to point out, by way of clarification, that you will find replies to the second part of your question about the CRTC on pages 8 and 9 of our brief.

M. Gallaway (Sarnia-Lambton): Je ne veux pas déformer ce que vous avez dit. Dans vos commentaires, vous notez qu'une étude complète des habitudes d'écoute révélerait que les francophones du Canada ne sont pas branchés sur la SRC. Vous dites que c'est parce que la société n'offre pas le genre d'émissions qui reflètent les besoins et la réalité des francophones. Comment faire pour corriger cette situation? Laissez-moi vous proposer deux possibilités, peut-être plus. Faut-il accorder des crédits supplémentaires à la société? Faut-il modifier la façon dont la SRC fait les choses, ou le problème se résume-t-il au fait que la SRC ne sait pas ce que veut son public?

Mr. LeBlanc: Other agencies are not needed. If the funds granted to the CBC were distributed properly among the CBC stations and the regions, we could have regional programming. As I was saying to Mrs. Tremblay, the various communities should be able to see each other's productions, just as Quebec should be able to see Acadians and Francophones living in the West. It is not a matter of money, but rather of how budget funds are distributed among the recipients. It is a matter of

[*Text*]

de produire en région, afin qu'on puisse retrouver notre identité à l'écran. C'est un écran très puissant. On n'a pas besoin de vous donner de statistiques là–dessus.

Pour les jeunes, la télévision est essentielle à la construction de leur identité et à la conservation de leur langue. Je ne pense pas que ce soit une question d'avoir plus d'argent. C'est une question de bien répartir l'argent.

M. Godbout: Il y a parfois des situations assez cocasses. Je pense que vous la connaissez, mais il est bon de la répéter. C'est la situation de Terre–Neuve, où on a un journaliste qui couvre les activités régionales de Terre–Neuve pour la station de Moncton, alors que les francophones de Terre–Neuve reçoivent le signal de Montréal. Il font des interviews sur leur situation, mais ils ne peuvent jamais voir le résultat de ces interviews–là parce qu'ils reçoivent le signal de Montréal.

Ce n'est pas une question de coûts astronomiques. C'est qu'ils n'ont pas le réflexe. Il y a également une certaine condescendance.

Il y avait des émissions telles que *SRC Bonjour* qui étaient, pour une fois, produites à Ottawa, mais quelques années plus tard, tout est retourné à Montréal. On voit que, déjà, au niveau de la programmation, il n'y a qu'un très, très maigre reflet de ce qui se passe dans nos communautés.

M. Boileau: Au niveau de la production, il n'est pas nécessaire de mettre en place des administrations lourdes ou coûteuses. Il y a moyen d'être novateur.

On n'est pas des experts là–dedans, mais il y a des producteurs indépendants qui travaillent fort dans leurs régions. Radio–Canada pourrait faire de la production régionale en donnant des contrats à des producteurs indépendants, sans toutefois mettre une administration trop lourde, cela sans augmenter son budget actuel. Pour cela, il faudrait une meilleure répartition des fonds, tel qu'on le souhaite dans notre première recommandation.

Mr. Gallaway: I have one final question. It has to do with your recommendations for the CBC. It deals with recommendation 1.

[*Translation*]

having regional productions so that people can see their identity reflected on their TV screens. The TV screen is incredibly powerful. We don't need to give you statistics to convince you of that.

In the case of young people, television plays an essential role in building their identity and keeping their language. I don't believe it is a matter of obtaining more money. How the money is distributed is important, however.

Mr. Godbout: Some situations are quite droll. I imagine you have heard this one, but it is not a bad idea to repeat it. I'm thinking of the situation in Newfoundland, where there is a journalist who covers regional activities in Newfoundland for a Moncton station, while Newfoundland Francophones receive a signal from Montreal. Journalists prepare interviews that deal with their circumstances in Newfoundland, but they never see those interviews because they receive a signal from Montreal.

Astronomical costs are not the explanation there; they just don't seem to have the right reflexes. There is also a certain condescention.

There were programs such as *SRC Bonjour* that were produced—for once—in Ottawa, but a few years later everything was returned to Montreal. You can see that at the actual programming level, there is a very little reflection of what is happening in our communities.

Mr. Boileau: Where production is concerned, there is no need to put in place cumbersome or costly administrations. One can innovate.

We are not experts in that area, but there are independent producers who work very hard in their regions. The CBC could produce regional programs by awarding contracts to independent producers, without the need for a cumbersome administrative mechanism and without increasing its current budget. All it would take is a better distribution of existing funds, as we state in our first recommendation.

M. Gallaway: J'ai une dernière question qui porte sur vos recommandations quant à la SRC. Ma question concerne votre première recommandation.

• 1720

Is this not a quite remarkable interpretation of the Charter of Rights and Freedoms and the Official Languages Act, in the sense that this is the first time this has probably ever been suggested in terms of funding of a crown corporation?

M. LeBlanc: Pour nous, la prémisse est qu'il y a deux langues officielles au Canada. On n'a pas besoin de vous l'expliquer car vous en êtes très conscients. Par conséquent, l'outil public télévisuel qu'est Radio–Canada–CBC doit refléter ces deux langues officielles.

Mr. Gallaway: Doesn't that exist now?

M. LeBlanc: Certainement pas; pas au niveau des chiffres.

Mr. Gallaway: But the CBC reflects the two official languages now.

M. LeBlanc: Oui, parce qu'il s'agit d'une institution bicéphale, mais ce n'est pas du tout le cas au niveau des ressources auxquelles ont droit les deux secteurs.

Cette recommandation ne contient–elle pas une interprétation tout à fait remarquable de la Charte des droits et libertés ainsi que de la Loi sur les langues officielles, en ce sens que c'est sans doute la première fois qu'on nous suggère une telle chose en ce qui a trait au financement d'une société de la Couronne?

Mr. LeBlanc: As far as we are concerned, the premise is that there are two official languages in Canada. We don't need to explain that to you since you are fully aware of that fact. Consequently, as a public television broadcaster, CBC/SRC must reflect those two official languages.

M. Gallaway: Cela n'existe–t–il pas à l'heure actuelle?

Mr. LeBlanc: Certainly not; not if you look at the figures.

M. Gallaway: Mais à l'heure actuelle, la Société Radio–Canada reflète l'existence des deux langues officielles.

Mr. LeBlanc: Yes, since it is a two–headed hydra of an institution, but that duality is not at all reflected in the division, of the resources both sectors are entitled to.

[*Texte*]

Mr. Gallaway: So, in terms of your interpretation of what the Canadian Charter of Rights and Freedoms and the Official Languages Act say, your conclusion is that they would suggest that the French CBC and the English CBC should be funded 50:50.

M. LeBlanc: Oui, et c'est notre première recommandation.

Mr. Cannis: You state that the CBC does not take into account the country's regional diversity and that the multi-channel programming that is coming in is going to dilute the CBC viewing audience. All I've heard at a lot of these hearings is the regional diversity that we are so interested in and the CBC is pursuing.

Are you saying to us that in order to avoid diluting the CBC audiences you are going to go out and purchase better programs or create better programs domestically or go to American purchases in order to retain or expand your audience?

The last part of my question, for a little bit of humour here, is this. You indicated that your chairperson is not available today. I understand that she is in Paris. Going back to our earlier discussion, is she there on business or on holiday, and from where is she funded, and will she be staying in $40 hotels?

The Chairman: There's a creative linkage!

M. Godbout: Cela me fait plaisir de répondre à cette question. La Fédération des communautés francophones et acadienne a été reconnue par l'ACCT, l'Agence de coopération culturelle et technique de la Francophonie internationale, comme un OING, c'est-à-dire un organisme international non gouvernemental.

Les dépenses sont défrayées par le multilatéral francophone, c'est-à-dire ce rayonnement des chefs d'État ayant l'usage du français en commun. Donc, ce n'est pas le gouvernement canadien qui paye, mais plutôt l'agence internationale. Je dois vous dire que nous sommes fiers de représenter les francophones à cette assemblée de la Francophonie internationale.

Il est essentiel que le Canada maintienne ces liens, parce que les avantages économiques pour le Canada sont énormes dans cette perspective-là.

Mr. Cannis: It doesn't cost the Canadian taxpayer a penny for her to be over there.

M. Godbout: Les frais sont défrayés par l'Agence de coopération culturelle et technique.

The Chairman: I think we had better move along to Mr. Ianno for a question.

Mr. Ianno: I am intrigued by the number-crunching in the division and the 15% and on the linguistics. You choose the Official Languages Act.

Let me ask you another question. Statistics Canada can produce figures from as low as 40-something percent for Canadians of other origins who communicate in English or in French but have a cultural difference. That is approximately 12 million to 14 million Canadians. Where does that come into the equation on your side, in terms of the funding side and the CBC spending its energies on that? How does the division occur?

[*Traduction*]

M. Gallaway: Donc, en ce qui a trait à votre interprétation de la Charte des droits et libertés et de la Loi sur les langues officielles, vous concluez que selon la loi, il faudrait plutôt répartir également les crédits entre le réseau anglais et le réseau français de la Société.

Mr. LeBlanc: Yes, and that is our first recommendation.

M. Cannis: Vous dites que la Société ne tient pas compte de la diversité régionale du pays et que la programmation multi-chaînes va fragmenter le public de la CBC/SRC. J'entends beaucoup parler—presqu'exclusivement, d'ailleurs—à ces audiences de la diversité régionale qui nous intéresse tellement et que la CBC/SRC s'efforce de refléter.

Est-ce que vous dites qu'afin d'éviter de fragmenter le public de la CBC/SRC, vous allez devoir acheter ou créer de meilleures émissions ici-même, ou acheter des programmes américains afin de garder ou d'élargir votre auditoire?

Et, pour injecter une note d'humour, voici la dernière partie de ma question: votre présidente, nous avez-vous dit, n'a pas pu venir aujourd'hui, car elle est à Paris. Pour en revenir à notre discussion antérieure, est-elle à Paris pour affaires ou par plaisir, en vacances? Qui finance ses déplacements et va-t-elle se loger dans des hôtels à 40$?

Le président: En voilà un qui fait preuve de créativité!

Mr. Godbout: I will be happy to answer that question. The Fédération des communautés francophones et acadienne has been recognized by the Cultural and Technical Cooperation Agency of "la Francophonie internationale" as an INGO, meaning an international non-government organization.

Expenses are paid by a multilateral francophone organization which is a creation of those state leaders whose countries have in common the use of the French language. Thus, the Canadian government is not paying, but the International Agency. Allow me to add that we are proud to represent francophones at that meeting of "la Francophonie Internationale".

It is essential that Canada maintain those links because of their enormous potential economic advantages.

M. Cannis: Ainsi, le contribuable canadien ne paie pas un sou pour sa visite à Paris.

Mr. Godbout: The Cultural and Technical Cooperation Agency is defraying the costs.

Le président: Je pense que nous devrions poursuivre, et je vais donc donner la parole à M. Ianno, qui a une question.

M. Ianno: Je suis intrigué par les chiffres, la répartition des crédits et les 15 p. 100 que vous souhaitez avoir et l'aspect linguistique. Vous accorder la priorité à la Loi sur les langues officielles.

Permettez-moi de vous poser une autre question. Selon Statistiques Canada, environ 40 p. 100 des Canadiens d'autres origines peuvent communiquer en anglais ou en français, tout en ayant d'autres origines culturelles. Cela représente entre 12 millions et 14 millions de Canadiens environ. Comment tenez-vous compte de cela, du point de vue du financement et des priorités de la société? Comment faire la répartition des fonds?

[*Text*]

M. LeBlanc: Nous sommes ici pour représenter nos communautés de langue française au Canada et nous nous appuyons sur vos textes, c'est–à–dire la Loi sur les langues officielles. C'est le consensus canadien. L'espace politique canadien a trouvé un consensus. Cela, c'est historique. Il y a deux langues officielles depuis le XVIII siècle. Que je sache, c'est encore le cas aujourd'hui.

Comme membres de l'une de ces deux communautés de langue officielle, nous demandons à Radio–Canada de refléter non seulement le Québec, mais aussi les régions qui, elles, sont très dynamiques et continuent de bâtir leur avenir.

• 1725

On n'est pas ici pour faire le débat sur le tissu canadien. On est ici pour parler au nom de nos communautés de langue officielle.

M. Godbout: Nos communautés ont toujours adhéré au principe du pluralisme à l'intérieur même de la communauté nationale francophone. Plusieurs cultures qui ont émigré au Canada sont bien satisfaites de s'intégrer à la communauté francophone du Canada. Il n'y a pas de doute que nous allons toujours les appuyer en ce sens.

Il est important de regarder la Loi sur la radiodiffusion. Imaginez–vous: on n'est même pas capable de respecter la loi en ce qui concerne nos langues officielles. Il est bien certain qu'avant de modifier la loi pour prévoir la dimension multiculturelle, il faut s'assurer que le minimum dans la loi est respecté. Ce n'est même pas le cas.

Mr. Ianno: So you basically think we should just give the $65 million towards doing it for the million people outside of Quebec and not take into account the other Canadian realities?

M. LeBlanc: Ce n'est pas du tout exclusif. Vous interprétez notre réponse, mais ce n'est pas du tout le sens qu'on veut donner à nos propos. On est ici pour parler au nom de ce million de personnes. On s'appuie sur les textes législatifs que le Parlement canadien a adoptés et on dit qu'on ne reçoit pas notre juste part. C'est le message qu'on veut vous communiquer aujourd'hui. Cela n'exclut pas que d'autres groupes représentent la réalité. D'ailleurs, vous soulevez un bon point. Nos communautés francophones sont très pluralistes, et on accueille énormément de francophiles de partout dans le monde.

Le président: Hélas, c'est l'heure de la dernière question et c'est la mienne. Je comprends votre première recommandation qui porte sur le 50–50. Je comprends aussi le 15–85, qui est votre deuxième recommandation. Dans votre quatrième recommandation, vous recommandez en somme 17–17–17–17–17–17. Vous accordez un poids égal à tous ces centres de production. Vous trouvez normal qu'on accorde autant d'argent à Vancouver qu'à Moncton, et vous oubliez tout à fait Sudbury. Est–ce une décision politique de l'organisation? Est–ce la seule façon d'avoir la paix chez vous? Cela me semble un peu bizarre comme répartition des ressources.

M. LeBlanc: C'est une question d'équité. Il n'y a rien qui nous dit qu'une émission qui émane de Vancouver ne pourrait pas être d'aussi bonne qualité qu'une émission qui sort de Moncton. Pourquoi ne pas leur donner les ressources?

[*Translation*]

Mr. LeBlanc: We are here to represent the French–language communities here in Canada and we base our statements on your statutes, i.e. the Official Languages Act. It reflects the Canadian consensus. Canadians of all political stripes arrived at a consensus and that is a historical fact. There have been two official languages in Canada since the 18th century. As far as I know, that continues to be the case today.

As members of one of those two official language communities, we are asking the CBC to reflect not only Quebec, but also the regions–regions that are very dynamic and are continuing to build their own future.

We are not here for a debate on the fabric of Canadian society but to talk on behalf of our official language communities.

Mr. Godbout: Our communities have always subscribed to the principle of pluralism within the francophone national community. Members of several cultures that have emigrated to Canada are quite happy to be integrated into Canada's Francophone community. We will always support them in that, without a doubt.

It is important to have a look at the Broadcasting Act. Imagine, people can't even comply with the law where our official languages are concerned. Certainly, before amending the Act to include the multicultural dimension, we must make sure that what is included in the Act right now is complied with, as a bare minimum. Even that is not being done.

M. Ianno: Donc, essentiellement, vous pensez que nous devrions simplement ne pas tenir compte des autres réalités canadiennes et utiliser les 65 millions de dollars affectés à la Société pour répondre aux besoins d'un million de personnes vivant à l'extérieur du Québec?

Mr. LeBlanc: It does not have to be exclusive, not at all. You are interpreting our reply, but that is not what we mean. We are here to speak on behalf of that group of one million people. We are basing our position on laws passed by the Canadian Parliament and we say that we are not receiving our fair share. That is the message we want to convey to you here today. That does not mean that other groups do not also share in the Canadian reality. You are in fact raising a good point. Our Francophone communities are very pluralistic and we welcome many Francophiles from all over the world with open arms.

The Chairman: We have unfortunately come to the last question, and it will be mine. I understand your first recommendation on the 50/50 split in terms of funding. I also understand the 15–85 split mentioned in your second recommendation. In your fourth recommendation, you are recommending a 17–17–17–17–17–17 split. You give equal weight to all of those production centres. You find it perfectly normal that we provide as much money to Vancouver as to Moncton, but you forget Sudbury altogether. Was that a political decision by the organization? Was that the only way for you to have peace? That division of resources seems a bit bizarre to me.

Mr. LeBlanc: It's a matter of equity. We have no reason to believe that a program coming out of Vancouver will not be as good as anything produced by Moncton. Why not give them the resources?

[*Texte*]

Le président: Ce n'est plus le principe du 15 p. 100. Vous retournez à 50–50. Ce n'est pas très. . .

M. LeBlanc: Si le Parlement canadien veut répartir à 50–50 entre les communautés québécoises hors Québec. . .

Le président: Dans un paragraphe, vous parlez de 15 p. 100 parce que c'est la proportion de votre population et, tout à coup, Moncton vaut la même chose que Vancouver. C'est une observation.

M. Godbout: On veut éviter de se retrouver dans la situation dans laquelle on se retrouve en ce moment par rapport au Québec. On ne veut pas être les parents pauvres au niveau de la Société Radio–Canada. On ne veut qu'aucune de nos communautés ne souffre du syndrôme du parent pauvre. Il n'y a pas de doute qu'assez souvent, il est beaucoup plus coûteux d'offrir un produit de qualité quand les nombres sont limités, à cause de l'éloignement et ainsi de suite. Il y a énormément de facteurs à prendre en considération.

Le président: Merci mille fois d'être venus. Une fois de plus, nos excuses pour le petit retard.

La séance est levée.

[*Traduction*]

The Chairman: Then you are no longer talking about 15%. You're going back to the idea of a 50–50 split. That is not very. . .

Mr. LeBlanc: If the Canadian Parliament wants to divide up the funds on a 50–50 basis between Quebec communities outside Quebec. . .

The Chairman: In one paragraph, you talk about 15% because that is the proportion of your population but, all of a sudden Moncton is given the same weight as Vancouver. That is just a comment.

Mr. Godbout: We want to avoid the situation we are in right now with regard to Quebec. We don't want to be nothing but poor cousins where the CBC is concerned. We don't want any of our communities to suffer from that syndrome. Very often, without a doubt, it is much more costly to offer a quality product when there are fewer people, because of distances and so on. But there are many factors that must be taken into consideration.

The Chairman: Thank you so very much for having come. Once again, we apologize for the brief delay.

The meeting is adjourned.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid / Port payé
Lettermail / Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From «La Coalition pour la défense des services français de Radio–Canada»:

France Dauphin, President;

Lillian Campbell, Secretary.

From «La Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada»:

Gino LeBlanc, Second Vice–President;

Marc Godbout, Executive Director;

François Boileau, Counsel.

TÉMOINS

De la Coalition pour la défense des services français de Radio–Canada:

France Dauphin, présidente;

Lillian Campbell, secrétaire.

De La Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada:

Gino LeBlanc, deuxième vice–président;

Marc Godbout, directeur général;

François Boileau, avocat–conseil.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

CA1
XC68
-C13

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 37

Wednesday, October 26, 1994

Chair: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 37

Le mercredi 26 octobre 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of the Canadian Broadcasting Corporation

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la Société Radio–Canada

---

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

LIBRARY
U of T

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chair: John Godfrey

Vice–Chairs: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Associate Members

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidents: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakvillle—Milton)
Jan Brown (Calgary–Sud–Est)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Membres associés

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

WEDNESDAY, OCTOBER 26, 1994
(44)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 7:10 o'clock p.m. this day, in Room 253–D, Centre Block, the Vice–Chair, Tony Ianno, presiding.

Members of the Committee present: Bonnie Brown, Jan Brown, John Cannis, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Suzanne Tremblay.

Acting Members present: Nick Discepola for John Godfrey and Paul Steckle for Glen McKinnon.

Associate Member present: Simon de Jong.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: From the National Association of Broadcast Employees and Technicians (NABET): Gordon Hunter, National President; Michael Sullivan, Coordinator, Network Services. *From the Canadian Union of Public Employees (CUPE):* Gordon Johnson, Director, CUPE Broadcast Division; Richard Balnis, Assistant Director, Research Department; Ken Hopper, Senior Officer, CUPE Broadcast Division.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee resumed its study of the Canadian Broadcasting Corporation (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Thursday, September 22, 1994, Issue No. 26*).

Gordon Hunter and Michael Sullivan from the National Association of Broadcast Employees and Technicians (NABET) each made a statement and, answered questions.

Gordon Johnson and Richard Balnis from the Canadian Union of Public Employees (CUPE) each made a statement and, with the other witness, answered questions.

At 8:45 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE MERCREDI 26 OCTOBRE 1994
(44)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 19 h 10, dans la salle 253–D de l'édifice du Centre, sous la vice–présidence de Tony Ianno (*président*).

Membres du Comité présents: Bonnie Brown, Jan Brown, John Cannis, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, Hugh Hanrahan, Tony Ianno et Suzanne Tremblay.

Membres suppléants présents: Nick Discepola pour John Godfrey et Paul Steckle pour Glen McKinnon.

Membre associé présent: Simon de Jong.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: Du Syndicat national des travailleurs et travailleuses en communication (SNTC): Gordon Hunter, directeur général; Michael Sullivan, coordinateur, Services des réseaux. *Du Syndicat canadien de la Fonction publique (SCFP):* Gordon Johnson, directeur, Division de la radiodiffusion SCFP; Richard Balnis, directeur adjoint, Département des recherches; Ken Hopper, Cadre supérieur, Division de la radiodiffusion SCFP.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité poursuit son étude de la Société Radio–Canada (*voir les Procès–verbaux et témoignages du jeudi 22 septembre 1994, fascicule nº 26*).

Gordon Hunter et Michael Sullivan du Syndicat national des travailleurs et travailleuses en communication (SNTC) font des exposés et répondent aux questions.

Gordon Johnson et Richard Balnis du Syndicat canadien de la Fonction publique (SCFP) font des exposés et répondent aux questions.

À 20 h 45, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Wednesday, October 26, 1994

• 1905

The Vice–Chair (Mr. Ianno): Order, please. This is the Canadian heritage committee, looking into CBC, and today we have with us the National Association of Broadcast Employees and Technicians and the Canadian Union of Public Employees. Thank you very much for coming. We apologize for the delay, but as you can see there are a lot of activities taking place in this building.

I believe NABET is going to be giving a brief ten–minute dissertation, followed by CUPE, and then we will be able to ask questions.

Mr. Gordon Hunter (National President, National Association of Broadcast Employees and Technicians): Thank you, Mr. Chair, members of the committee.

My name is Gordon Hunter. I am the national president of the National Association of Broadcast Employees and Technicians. With me today is Mike Sullivan, our coordinator, network servicing.

NABET is a trade union representing nearly 8,000 workers in radio, television, and the production industries. We negotiate about 60 collective agreements across Canada. In most of our bargaining units we represent all employees—the receptionists, copy writers, traffic department, technical staff, journalists, editors, producers, and news anchors. Employees who are our members work in every aspect of the broadcast and production industry.

NABET also represents many of the craftspeople working in the independent sector as freelancers and those hired for the duration of any given production and those hired for the day.

At the CBC we represent about 2,800 members who operate the technical equipment, design and build sets, and perform many of the other duties surrounding the staging of productions. We come before you to express our views on the Canadian Broadcasting Corporation in the context of your deliberations.

As we understand your mandate, it's to study and make recommendations on the role and responsibilities of the CBC, to look at ways of changing the funding structure for the CBC, and ultimately to look at whether or not the CBC can reduce its dependence on advertising. We hope we can be of some assistance to you.

• 1910

Some no doubt would suggest we're here to protect our own interests. While it's true we have the interest of our members in mind when we appear in front of you, we note we are but one in a long line of presenters with vested interests.

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le mercredi 26 octobre 1994

Le vice–président (M. Ianno): La séance est ouverte. Le Comité permanent du patrimoine canadien poursuit son étude de la Société Radio–Canada et nous accueillons aujourd'hui le Syndicat national des travailleurs et travailleuses en communication et le Syndicat canadien de la Fonction publique. Nous nous excusons du retard, mais comme vous pouvez le constater, il y a de nombreuses activités qui se déroulent actuellement dans cet édifice.

Je crois que le SNTC fera d'abord un bref exposé de 10 minutes qui sera suivi de celui du SCFP, puis d'une période de questions.

M. Gordon Hunter (président national, Syndicat national des travailleurs et travailleuses en communication): Merci, monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du comité.

Je m'appelle Gordon Hunter. Je suis le président national du Syndicat national des travailleurs et des travailleuses en communication. À mes côtés, se trouve Micheal Sullivan, coordonnateur de l'entretien du réseau.

Le SNTC est un syndicat qui représente près de 8 000 travailleurs des industries de la radio, de la télévision et de la production. Nous négocions quelque 60 conventions collectives dans l'ensemble du Canada. Dans la plupart de nos unités de négociation, nous représentons la totalité des employés—les réceptionnistes, les rédacteurs, les préposés au routage des émissions, le personnel technique, les journalistes, les monteurs, les producteurs et les lecteurs de nouvelles. Nos membres travaillent dans tous les domaines du secteur de la radiodiffusion et de la production.

Le SNTC représente également un nombre d'artisans qui oeuvrent dans le secteur privé à titre de pigistes: à la fois ceux qui sont engagés pour la durée d'une production donnée et ceux qui sont engagés à la journée.

À la Société Radio–Canada, nous représentons 2 800 membres: il s'agit de techniciens et de personnes qui conçoivent et construisent les décors en plus de s'occuper de nombreuses autres tâches connexes. Nous nous présentons devant vous pour vous exprimer nos vues à propos de la Société Radio–Canada dans le contexte de vos délibérations.

Si nous comprenons bien votre mandat, vous avez pour tâche d'étudier le rôle et les responsabilités de la SRC, d'examiner des moyens de modifier la structure du financement de la SRC et, en bout de ligne, de déterminer si la SRC peut ou non réduire sa dépendance à l'égard de la publicité. Vous présenterez ensuite des recommandations. Nous espérons que nous pourrons vous venir en aide.

Il ne fait aucun doute que certains laisseront entendre que nous sommes ici pour protéger nos propres intérêts. S'il est vrai que, en comparaissant devant vous, nous avons en tête les intérêts de nos membres, nous constatons que nous ne sommes que l'un des nombreux groupes de témoins qui viennent ici défendre leurs propres intérêts.

[*Texte*]

The Canadian Association of Broadcasters has an interest in assuring that its members—the regional stations—are given better monopolies. Independent producers want more of the CBC's production money to flow their way. CTV wants a monopoly on network sports profits. The list goes on.

Our interest obviously is to try to see the people get their jobs in what is a very shaky marketplace and a troubled industry. In conjunction with that interest, we have a nationalistic interest in letting the CBC do its job in producing, promoting and delivering Canadian culture to people of Canada and the world.

We are here to stress the CBC's role in nation-building during what are obviously troubled times for our country. It's a role that no other broadcaster in this country is equipped for or is prepared to take on. Therefore we see it as our role to fight to protect both jobs and culture and to do what we can do to make sure the CBC remains healthy to tell Canadians about each other.

We have been involved in this struggle for several years now. During the course of this fight, we've formed many alliances, some expected, some surprising.

These days we find ourselves with what to us is a new ally—the management of the CBC, in particular Tony Manera, its new president. Don't get us wrong; we're not in the habit of praising the president of the CBC. In fact we've had our share of disagreements with CBC presidents in the past. It's just that we see Mr. Manera as a breath of fresh air.

He has, in addition to his many other duties and responsibilities, brought his personal touch to labour relations at the CBC. He has taken a much more cooperative approach to industrial relations than his predecessors. As a direct result of his personal intervention, we have an experiment in technology, work practices and labour relations that has successfully put local television back on the air in Windsor, Ontario, in an almost complete reversal of the 1990 cuts.

There is considerable labour-saving for CBC in the use of one-person news-gathering operations, where reporter, camera and producer jobs are done by one individual. We have an agreement to adopt a new philosophy for collective bargaining in what most of us at the CBC refer to as the mother of all negotiations, which is to begin fairly soon. It's called interspace bargaining, or win-win bargaining. If successful, this approach could bring the CBC into a new age of cooperation and achievement with its trade unions.

[*Traduction*]

L'Association canadienne des radiodiffuseurs cherche à assurer de meilleurs monopoles à ses membres—les stations régionales. Les producteurs indépendants veulent toucher une part plus grande des sommes consacrées aux productions de la SRC. Le réseau CTV cherche à s'assurer le monopole des profits réalisés grâce à la radiodiffusion d'émissions sportives. Et la liste se poursuit.

De toute évidence, notre intérêt consiste à tenter de faire en sorte que les employés conservent leurs emplois dans un marché des plus fragiles, au sein d'une industrie en proie à des difficultés. Outre cet intérêt, nous souhaitons sur le plan nationaliste que la SRC puisse continuer à faire son travail, c'est-à-dire produire et présenter des émissions qui font la promotion de la culture canadienne auprès des citoyens du Canada et du monde.

Le pays traverse une période difficile et nous sommes ici pour souligner le rôle que joue la SRC au chapitre de l'unité nationale. Au pays, aucun autre radiodiffuseur n'est en mesure de jouer un tel rôle ni n'est disposé à le faire. Par conséquent, nous estimons qu'il nous incombe de lutter pour la protection de nos emplois et de notre culture. C'est pourquoi nous ferons l'impossible pour que la SRC demeure en santé et permette aux Canadiens de mieux se connaître les uns les autres.

Nous prenons part à cette lutte depuis plusieurs années déjà, et nous en avons profité pour former bon nombre d'alliances, certaines attendues, d'autres surprenantes.

Ces jours-ci, nous nous sommes découvert un nouvel allié, c'est-à-dire la direction de la SRC et, en particulier, Tony Manera, son nouveau président. N'allez surtout pas vous méprendre sur le sens de nos paroles. Nous n'avons pas l'habitude de porter aux nues le président de la SRC. Par le passé, nous avons eu en fait plus que notre part de désaccord avec les présidents de la SRC. M. Manera représente tout simplement une véritable bouffée d'air frais.

En plus des nombreuses tâches et responsabilités qu'il assume, il a fait sentir son influence sur les relations de travail à la SRC. Par rapport à ses prédécesseurs, il a adopté une approche des relations de travail davantage axée sur la coopération. Grâce à son intervention personnel, nous avons pu mener une expérience nouvelle dans les domaines de la technologie et des relations et pratiques de travail qui a permis le retour de la télévision locale à Windsor, en Ontario, ce qui constitue un retournement de la situation quasi complet par rapport aux réductions de 1990.

Sur le plan de la main-d'oeuvre, la SRC réalise des économies considérables grâce à l'utilisation d'une méthode de collecte d'informations par une seule personne, qui agit comme journaliste, caméraman et producteur. En vue de la grande négocation à venir, on s'est entendu sur l'adoption de nouveaux principes de la négociation collective. On parle de négociations fondées sur les intérêts ou de négociations à la satisfaction des antagonistes. Si elle réussit, une telle approche pourrait permettre à la SRC d'entrer dans une nouvelle ère de négociation et de progrès avec ses syndicats.

[*Text*]

The successful negotiation of an agreement to experiment with new desktop radio equipment for news delivery in Toronto again has considerable labour–saving potential. We also have an agreement to negotiate jointly with all the CBC unions outside of Quebec and Moncton. Thus ourselves, the guild and CUPE will negotiate together at one table with the CBC for the first time ever. The possibility for increased cooperation is seemingly endless.

We could not have begun to consider such initiatives without the frank and open labour relations climate Mr. Manera is trying to instil. The old CBC strategy of divide and procrastinate will not work in the current climate of rapidly changing technology. The CBC will need flexibility and cooperation in order to meet challenges that face it. The old ways of dealing with the CBC's union take so much time that several generations of new technology will have been developed and discarded before the CBC can take advantage of them.

Mr. Manera's approach and commitment to a new way of doing business has made it possible to achieve these flexibilities with a minimal cost.

Michael.

Mr. Michael Sullivan (Coordinator, Network Services, National Association of Broadcast Employees and Technicians): Much has been said here about these new technologies. You've been given some understanding by the CBC of what is available. We would caution you that new technology should not be viewed as a panacea, but applied properly it most certainly can help CBC deal with some of its financial problems.

The technology available to CBC is truly revolutionary. It allows more people access to what have traditionally been technical jobs. It allows technical people to be more creative and involved in the production of programs. It will automate many routine, boring and mundane tasks. It will allow one person to do work that previously required four or five.

It will get cheaper and cheaper as the years and even months go by, as it's almost all based on computers. It will change the way CBC distributes its programs, offering CBC the ability to send more signals over the same wires or to use fewer wires or satellite channels. It could even change the number of channels available to ordinary Canadians if digital compression technology becomes consumer–affordable.

Some of this new technology will allow the CBC to cut labour costs. Some will offer CBC the ability to do more programming with the same dollars. Some will dramatically improve the quality of the product. Some will offer CBC the

[*Translation*]

On a conclu une entente visant la mise à l'essai de nouveaux matériels de radiotique pour la diffusion de téléjournaux à Toronto. Encore une fois, on pourrait ainsi réaliser des économies considérables sur le plan de la main–d'oeuvre. On s'est de plus entendu pour mener une négociation conjointe avec tous les syndicats de la SRC à l'extérieur du Québec et de Moncton. Pour la première fois de l'histoire, le SNTC, la Guilde et le SCFP négocieront avec la SRC à une même table. Les possibilités de renforcement de la coopération sont inouïes.

Sans le climat de franchise et d'ouverture qui caractérise les relations de travail et que M. Manera s'efforce de favoriser, nous n'aurions jamais pu envisager de telles initiatives. Dans le contexte actuel de changements technologiques rapides, l'ancienne stratégie de la SRC, qui consistait à diviser et à tergiverser, ne donnera pas de résultats. Pour relever les défis qui l'attendent, la SRC devra faire preuve de souplesse et de coopération. Si la SRC continue de négocier avec ses syndicats avec la lenteur qu'on lui connaît, plusieurs générations de nouvelles technologies auront vu le jour puis disparu avant que la Société ne puisse en profiter.

Grâce à l'approche adoptée par M. Manera et à la nouvelle façon de faire qu'il préconise, on pourra obtenir la souplesse nécessaire à un coût minime.

Michael.

M. Michael Sullivan (coordonnateur, Services des réseaux, Syndicat national des travailleurs et travailleuses en communication): On a beaucoup parlé des nouvelles technologies. La SRC vous a donné un aperçu de ce qui est maintenant disponible. On ne devrait pas voir les nouvelles technologies comme une panacée, mais si on les applique correctement, elles pourront certainement aider la SRC à faire face à certains de ses problèmes financiers.

La technologie qui s'offre à la SRC est véritablement révolutionnaire. Elle permet à un plus grand nombre de personnes d'accéder à ce qui, traditionnellement, était considéré comme des emplois techniques. Elle permet aux techniciens de faire preuve d'une plus grande créativité et de prendre part à la production des émissions. Grâce à elle, bon nombre de tâches répétitives, ennuyantes et banales pourront être automatisées. Une seule personne pourra accomplir des tâches qui, auparavant, monopolisaient quatre ou cinq employés.

Au fil des mois, voire même des années, cette technologie, presque entièrement axée sur les ordinateurs, coûtera de moins en moins cher. Elle modifira la façon dont la SRC diffuse ses émissions. La Société aura la possibilité de faire passer un plus grand nombre de signaux par les mêmes câbles, ou d'utiliser un moins grand nombre de câbles ou de voies de satellite. À supposer que la technologie axée sur la compression numérique devienne abordable pour les consommateurs, on pourra même modifier le nombre de chaînes offertes aux Canadiens moyens.

Certaines de ces nouvelles technologies permettront à la SRC de réduire les coûts de la main–d'oeuvre. La Société pourra produire un plus grand nombre d'émissions avec le même argent. Certaines percées technologiques permettront

[*Texte*]

flexibility to give new, exciting challenges to its employees. All will require some manner of cooperation and flexibility from us, the unions. We are here to tell you that if the initiatives Mr. Manera has started continue, we will meet that challenge.

[*Traduction*]

d'améliorer de façon radicale la qualité du produit. En outre, elles permettront au personnel de la SRC de relever des défis des plus stimulants. Tout cela exigerait une certaine forme de coopération et de souplesse de notre part, c'est-à-dire des syndicats. Nous sommes venus ici pour vous dire que si les initiatives mises de l'avant par M. Manera se poursuivent, nous relèverons ce défi.

• 1915

We are not Luddites. NABET has always taken pride in being progressive, accepting and adapting to the ever-changing technological landscape that is broadcasting. We only ask that our members be properly trained and treated with dignity and respect.

Nous ne sommes pas des Luddites. Le SNTC s'est toujours enorgueilli d'être progressiste, d'accepter les changements technologiques constants qui caractérisent le milieu de la radiodiffusion et de s'y adapter. Nous demandons simplement que nos membres soient formés adéquatement et traités avec dignité et respect.

Some of the new technology is already in place, without upset or turmoil. Some examples, and these are things you've already heard about, are the following.

Dans certains cas, la nouvelle technologie a déjà été mise en place, sans révolte ni bouleversements. En voici quelques exemples dont vous avez déjà entendu parler:

In Toronto all of the television news studios are now utilizing robots instead of technicians for camera work.

À Toronto, ce ne sont non plus des techniciens, mais bien des robots qui s'occupent des caméras dans tous les studios de nouvelles.

In many centres in the country, automated videotape library systems are in place for commercial and on-air play-back functions.

Dans bon nombre de centres du pays, il existe des systèmes automatiques de magnétothèque pour les fonctions liées à la publicité et à la lecture en ondes.

In radio, computers now do the work of repeating programs in time zones.

Dans le domaine de la radio, des ordinateurs se chargent maintenant de la répétition des émissions dans les divers fuseaux horaires.

Transmitting equipment has become more automated.

Les appareils de transmission sont maintenant plus fiables.

New, lightweight lights consume less power and are easier and faster to set up and take down.

Les nouveaux systèmes d'éclairage plus légers consomment moins d'électricité et sont plus faciles et plus rapides à assembler et à démonter.

Because the CBC is prepared to work with us in a more cooperative environment, we are currently experimenting with vastly different ways of doing business.

Parce que la SRC est disposée à travailler avec nous dans un contexte davantage axé sur la coopération, nous faisons présentement l'essai de façons de procéder tout à fait différentes.

Desktop radio is a term used to describe digital computer-based audio editing systems. If it's successful, the experiment will permit CBC to produce and broadcast radio newscasts with only one or two persons. The experiment will permit the CBC to fully utilize this technology so that both union and management can see what they can do.

Par radiotique, on entend le montage audio numérique informatisé. L'expérience, si elle est un succès, permettra à la SRC de produire et de diffuser des bulletins de nouvelles radiophoniques à l'aide d'une ou deux personnes seulement. L'expérience permettra également à la SRC d'utiliser à fond cette technologie; le syndicat et la direction pourront alors voir ce qu'ils peuvent faire.

High-speed modems, combined with portable computers are being experimented with in Halifax as we speak to allow reporters to send high-quality audio over poor quality telephone lines from various locations in the province. It will not reduce costs but will improve quality. If successful, reporters all over the country and the world could be sending high-quality reports independent of the quality of the telephone liens.

À Halifax, on utilise actuellement des modems à grande vitesse raccordés à des ordinateurs portatifs pour permettre aux journalistes en poste dans diverses régions de la province de faire parvenir des reportages d'une grande qualité sonore malgré des lignes téléphoniques d'une qualité médiocre. On ne réduira pas les coûts de la sorte, mais la qualité sera améliorée. Si la technique est un succès, les journalistes de tout le pays et du monde entier pourront faire parvenir des reportages de grande qualité indépendamment de la qualité des lignes téléphoniques.

Ultimately, this equipment could be connected directly to the desktop radio equipment, eliminating several steps in the usual process.

En bout de ligne, ces appareils pourront être raccordés directement au matériel de radiotique, ce qui éliminera quelques-unes des étapes du processus habituel.

Of course, the best example of the progressive use of new technology is the Windsor experiment, which we now call the Windsor enterprise. Newer, lighter electronic cameras will soon make one-person news crews the norm in many circumstances.

Et, bien entendu, l'expérience tentée à Windsor constitue le meilleur exemple d'utilisation progressiste de la nouvelle technologie. Grâce à de nouvelles caméras de reportage électronique plus modernes et plus légères, les équipes de

[*Text*]

In Windsor there are, by special agreements between CBC and its unions—and the words on your documents say four, but as of yesterday we increased that to seven—specially trained journalists who shoot their own pictures. Only a decade ago it was physically impossible to do the work with less than three. Faster, friendlier, digital editing systems have been introduced, making non–linear editing and play–back to air a reality for the first time in North America. It is a system that is in its infancy and has had some growing pains, but it could change the way news programs are produced. Eventually, the simplicity of some systems will make it likely that more people will have access to that kind of equipment. The Windsor experiment is allowing the unions and CBC to evaluate training needs and realistic expectations for this equipment for the future.

None of those changes can happen smoothly, with a commitment being made from the very top of the corporation that we, the leaders of the employees unions, are to be consulted, advised and negotiated with fairly. With Mr. Manera in charge, we believe we have that kind of commitment. Technological renovations such as this in other less progressive organizations are doomed to failure. We need only look to the introduction of automated sorting equipment at the post office as an example of how not to promote harmonious labour relations.

Gordon.

Mr. Hunter: Of course on the horizon there are even more changes. We were part of a group of NABET officers and staff who went to this year's National Association of Broadcasters' convention and trade show in the United States. The most startling new technology, which we're sure you're well aware of, is digital compression. Digital compression will soon allow the CBC to reduce its costs for signal transmissions by permitting four or more signals to share the same transmission path. It will permit the automation of many master–control functions using digital server technology.

Compression is the heart and soul behind many of the new forms of television editing equipment. It's the battle cry of the industry in the 500–channel universe. This is the technology that has cable companies terrified, as it will allow telephone companies to be the distributors of television programs.

At that same conference, we were treated to a meeting of the major industry players and their unions and we got an eye–opening look at their attitudes and problems. The Windsor experiment puts us in Canada years ahead of our American counterparts, who are still fighting turf wars over which union will control the technology. But most remarkable was their shared attitude towards the rest of the world, especially Canada.

[*Translation*]

reportage ne comprendront plus en fait qu'une seule personne dans bien des cas. À Windsor, en vertu d'ententes spéciales conclues entre la SRC et ses syndicats, on retrouve—ici, votre texte dit quatre journalistes, mais depuis hier, il y en a sept—sept journalistes, donc, spécialement formés, qui filment leurs propres images. Il y a seulement 10 ans, il aurait été physiquement impossible d'accomplir ce travail qui aurait exigé la présence de trois personnes. On a introduit des systèmes de montage numérique plus conviviaux qui, pour la première fois en Amérique du Nord, rendent possibles le montage et la lecture en ondes non linéaires. Le système, qui en est au stade embryonnaire, a subi quelques revers, mais il pourrait modifier la façon dont les bulletins de nouvelles sont produits. Un jour, il est probable qu'un plus grand nombre de personnes auront accès à ce type d'appareil grâce la simplicité de certains systèmes. L'expérience tentée à Windsor permet aux syndicats et à la SRC d'évaluer leurs besoin en matière de formation et d'établir des attentes réalistes quant à l'avenir de ces appareils.

Si les membres de la haute direction de la Société ne s'engagent pas à consulter les dirigeants des syndicats d'employés, à leur prodiguer des conseils et à négocier avec eux de façon équitable, aucun des changements décrits ci–dessus ne se produira sans heurts. Avec M. Manera aux commandes, nous croyons pouvoir compter sur ce genre d'engagement. Dans d'autres organismes moins progressistes, de telles innovations technologiques sont condamnées à l'échec. Nous n'avons qu'à songer à l'introduction du matériel de tri automatique dans les bureaux de poste pour trouver un exemple de la manière de décourager les relations de travail harmonieuses.

Gordon.

M. Hunter: Bien entendu, d'autres modifications se profilent à l'horizon. Nous faisons partie d'un groupe de représentants et de membres du SNTC qui ont assisté, cette année, au congrès et à la foire commerciale de la National Association of Broadcasters aux États–Unis. La nouvelle technologie la plus stupéfiante, comme vous le savez sans nul doute, est la compression numérique. Bientôt, cette technologie permettra à la SRC de réduire les coûts associés à la transmission des signaux en permettant à quatre signaux ou plus de passer par le même trajet de transmission. Elle permettra d'automatiser bon nombre de fonctions de régie centrale à l'aide de serveurs numériques.

La compression est le coeur et l'âme de bon nombre de nouveaux types d'appareils de montage pour la télévision, et c'est le cri de ralliement de l'industrie à l'aube de l'ère des paysages de 500 chaînes. C'est là la technologie qui terrifie les sociétés de câblodistribution: en effet, elle permettra aux compagnies de téléphone de distribuer des émissions de télévision.

À l'occasion du même congrès, nous avons été invités à une réunion des principaux intervenants de l'industrie et de leurs syndicats. Cette réunion, dans le cadre de laquelle nous avons pu constater de première main leurs attitudes et leurs problèmes, nous a ouvert les yeux. L'expérience de Windsor nous place bien en avant de nos homologues américains, qui se disputent toujours pour établir quel syndicat assurera le contrôle de la technologie. Mais le plus remarquable était leur attitude commune à l'endroit du reste du monde, particulièrement le Canada.

[*Texte*]

American unions and industry leaders feel they have a God–given right to produce programs for the world in their country and be in charge of their distribution. They were proud of the fact that they had convinced one European government to back down on restrictions on American programming. They were complaining that too much production had shifted to Canada and Mexico and were looking at ways to use the free trade agreement to shift it back to the United States.

[*Traduction*]

Aux États–Unis, les dirigeants des syndicats et de l'industrie estiment bénéficier d'un droit divin de produire chez eux des émissions pour le monde entier et d'en assurer la distribution. Ils s'enorgueillissaient du fait d'avoir convaincu un des gouvernements européens de reculer quant aux restrictions qu'il voulait imposer aux émissions en provenance des États–Unis. Ils se plaignaient du fait qu'une trop grande part des activités liées à la production était passées au Canada et au Mexique, et ils examinaient des moyens d'utiliser les accords de libre–échange pour les rapatrier aux États–Unis.

• 1920

It was frightening to look at how another bigger culture wants to dominate us and how the CBC is one of our few remaining institutions that will continue to fend off some of that domination. We need it to survive and to be strong. To do that in this economic climate we know we must change, and CBC management and we are jointly looking at the best ways to do that.

Nous avons eu ainsi un avant–goût terrifiant de la domination qu'une autre culture plus grande veut exercer sur nous. La SRC est l'une des rares institutions qu'il nous reste pour continuer de combattre certains aspects de cette domination. Nous devons survivre et être forts. Dans le contexte économique, nous devons changer pour le faire, et la direction de la SRC et nous–mêmes en sommes à examiner de concert les meilleurs moyens d'y parvenir.

All of this is not to say that we feel CBC employees should now be taken advantage of. We hope the days of subsidizing the CBC on the backs of its employees are over. CBC employees are among the best in the world in what they do and should be recognized for that, but we agree with the CBC that the old ways of doing business will not cut it in the next millennium.

Tout cela ne veut pas dire que nous avons le sentiment que les employés de la SRC devraient maintenant être exploités. Mais nous espérons que l'époque où l'on finançait la SRC sur le dos de ses employés est bel et bien révolue. Dans le domaine, les employés de la SRC comptent parmi les meilleurs du monde, aussi devraient–ils être reconnus à ce titre. Nous convenons avec la SRC que les anciennes façons de faire, dans le nouveau millénaire, ne passeront pas la rampe.

If all goes well, in the coming months CBC and its unions will find new ways to produce as much or more television and radio programs than they do today, but using fewer staff and fewer dollars. We hope the greater efficiencies these new technologies bring will produce more and better programs, not simply reduce staff. We certainly hope that any staff reductions can be achieved through attrition. It's our view that his country does not benefit by putting more highly specialized middle–aged workers on the street. The private sector simply isn't there to jump into the gap to hire them.

Si tout va bien au cours des prochains mois, la SRC et ses syndicats trouveront donc de concert des moyens de produire plus d'émissions de télévision et de radio qu'aujourd'hui, à l'aide de moins d'employés et à moindre coût. Nous espérons qu'on mettra à profit l'efficience accrue découlant des nouvelles technologies non pas seulement pour réduire le personnel, mais aussi pour produire un plus grand nombre d'émissions de meilleure qualité. Nous espérons sincèrement que toute réduction du personnel sera effectuée par attrition. Nous sommes d'avis que le pays n'a rien à gagner à voir jeter à la rue un plus grand nombre de travailleurs d'âge moyen hautement spécialisés. Le secteur privé n'est tout simplement pas en mesure de combler le vide et de les embaucher.

We understand the nature of the problem. The CBC will have to find $120 million over the next two years. The CBC hopes to find, through your recommendations to Parliament, a new source of revenue that will provide the other $60 million they are short, which will help the CBC reduce its dependency on advertising.

Nous comprenons la nature de ce problème. Au cours des deux prochaines années, la SRC devra trouver 120 millions de dollars. Grâce aux recommandations que vous ferez au Parlement, la Société espère trouver de nouvelles sources de recettes qui lui procureront les 60 millions de dollars qui lui font défaut et réduire sa dépendance à l'égard de la publicité.

We would like you to bear in mind that the CBC has endured significant cuts over 10 years, and we believe the CBC has borne more than its fair share. The David Ellis study of English television called *Networks*, written in 1991, reported that by 1991 not only had the purchasing power of the CBC's appropriation declined by 16% since 1984, but the government's allocation to the CBC as a percentage of total spending on departments and agencies had also declined since 1984. Please keep that in mind when making your recommendation.

Nous aimerions que vous ne perdiez pas de vue le fait que la SRC subit depuis plus de dix ans d'importantes réductions. Nous croyons qu'elle a fait plus que sa juste part. Dans une étude de la télévision anglaise rédigée en 1991 et intitulée *Networks*, David Ellis souligne que, non seulement le pouvoir d'achat qu'assurent les crédits parlementaires à la SRC a–t–il diminué de 16 p. 100 depuis 1984, mais qu'en plus, les allocations versées par le gouvernement à la SRC en pourcentage des dépenses totales consacrées aux ministères et aux organismes ont également diminué depuis 1984. Lorsque vous préparerez vos recommandations, nous vous prions d'en tenir compte.

[*Text*]

We're realists and we know that in meeting goals the CBC has set for itself, there will be pain. We know there will be program and service cuts. We know there will be fewer people working at the CBC, and we recognize the government's need to cut back. So the budget cuts will not go away, but in the end, under Mr. Manera's leadership, there can be hope and a new beginning at the CBC, and perhaps we can begin the business of re–opening some of the stations closed in 1990.

It's our hope that the CBC can once again be recognized by you, the public and the rest of the world as Canada's pre–eminent cultural institution, providing a vital part of any government strategy to link and make our country stronger. Many forces are at work today trying to divide Canada, and there are few institutions that are truly owned by the people and are a part of Canada wherever you go.

The CBC is a vital element to a truly vital Canada and deserves to be allowed to be a vital organization. Any help you can provide with your recommendations will help keep this country together. In our own small way we hope to help see that the CBC can get the most from its employees and its technology.

Thank you.

The Vice–Chair (Mr. Ianno): Thank you.

Now we will go to the Canadian Union of Public Employees.

Mr. Gordon Johnson (Director, Broadcast Division, Canadian Union of Public Employees): I am the director of the broadcast division of the Canadian Union of Public Employees. With me this evening is Richard Balnis, the assistant director of the research department of CUPE, and Ken Hopper, the senior officer in the broadcast division.

Nous avons deux choses à présenter, ce soir. Nous avons premièrement notre politique adoptée par notre congrès en 1991. C'est une politique adoptée par les délégués à un congrès sur la question de la Société Radio–Canada. Également, nous présentons ces notes. Malheureusement, c'est entièrement en anglais, mais M. Balnis nous en a fait un sommaire.

Le SCFP est le plus grand syndicat au Canada avec plus de 440 000 membres.

One of the components of CUPE is the Canadian Broadcast Employees Union, which has represented the employees at the CBC for over 30 years. It is on behalf of these two groups that we present this submission.

• 1925

La politique adoptée par notre congrès est plus ou moins à jour compte tenu des circonstances, mais je pense qu'il y a des points qui restent encore valables. À la fin de la première page, il est question de l'influence américaine qui constitue une menace pour notre culture, nos valeurs et nos idées, et cela plus encore aujourd'hui que jamais auparavant.

À la deuxième page, il est encore question du rôle de Radio–Canada. Pour nous, il y a deux rôles à Radio–Canada: le renforcement de l'identité canadienne et la conservation de nos valeurs culturelles. Ce sont simplement les points que je veux souligner.

[*Translation*]

Nous sommes réalistes. Nous savons que la réalisation des buts que la SRC s'est fixés ne se fera pas sans douleur. Des émissions et des services seront éliminés. De moins en moins de gens travailleront à la SRC. Nous savons que le gouvernement doit comprimer ses dépenses, si bien que les réductions budgétaires sont là pour rester. Mais en bout de ligne, l'espoir peut renaître sous la direction de M. Manera. La SRC pourra repartir à neuf. Et peut–être alors pourra–t–on ouvrir certaines autres stations fermées en 1990.

Nous espérons que le comité, le public et le reste du monde reconnaîtront à nouveau la SRC comme institution culturelle dominante du Canada, institution qui doit jouer un rôle vital dans toute stratégie gouvernementale visant à unir notre pays et à le rendre plus fort. Aujourd'hui, tant de forces tentent de diviser le Canada... Et, où que ce soit, il y a si peu d'institutions qui appartiennent vraiment au peuple et font partie du Canada.

La SRC est l'un des éléments vitaux d'un Canada véritablement vital, et elle mérite qu'on lui permette de continuer de jouer le rôle d'un organisme vital. L'aide que vous pourrez fournir grâce à vos recommandations contribuera au maintien de l'unité nationale. Compte tenu des moyens limités dont nous disposons, nous espérons pouvoir jouer un rôle en veillant à ce que la SRC tire le plus grand profit possible de ses employés et de sa technologie.

Merci.

Le vice–président (M. Ianno): Merci.

Nous passerons maintenant au Syndicat canadien de la fonction publique.

M. Gordon Johnson (directeur, Division de la radiodiffusion, Syndicat canadien de la fonction publique): Je suis directeur de la division de la radiodiffusion du Syndicat canadien de la fonction publique. Je suis accompagné ce soir de Richard Balnis, directeur adjoint, département des recherches du SCFP, et de Ken Hopper, cadre supérieur à la division de la radiodiffusion.

We have two things to share with you this evening. First, we have our policy that was approved by our convention in 1991. This policy was adopted by the delegates to a convention held on the issue of the Canadian Broadcasting Corporation. We also have these notes. Unfortunately, they are only in English, but Mr. Balnis has prepared a summary.

CUPE is the largest union in Canada with over 440,000 members.

L'un des éléments du SCFP est le Syndicat canadien des employés de la radiodiffusion, qui représente les employés de la SRC depuis plus de 30 ans. C'est au nom des deux groupes que nous présentons notre mémoire aujourd'hui.

The policy adopted at our convention is more or less up to date under the circumstances, but I believe that some points are still valid. At the bottom of the first page, we talk about the American influence which, even more today than before, constitutes a threat to our culture, our values and our ideas.

On the second page, again we talk about the role of the CBC. We believe that the CBC has two roles to play: reinforcing our Canadian identity and protecting our cultural values. Those are just the points I wanted to stress.

[*Texte*]

La prochaine page, c'est la question de l'argent; le seul gagnant dans cette lutte visant à redéfinir la Société Radio–Canada avec un financement inadéquat c'est le secteur privé avec ses fournisseurs américains. Et le fait qu'il y a de nombreuses communautés canadiennes qui ont perdu l'accès à la télévision locale de la Société Radio–Canada, reste un point important aujourd'hui car pour nous la vie dans les communautés est perdue. Ce n'est pas au secteur privé de présenter cela dans les communautés; c'est le domaine de Radio–Canada.

Avec les nouvelles restrictions budgétaires annoncées, l'avenir même de la Société Radio–Canada est en jeu. Les projections financières mises à jour de la Société fournissent au CRTC la preuve de l'ampleur du futur problème budgétaire, ampleur même plus grande encore; il s'agit de la détérioration du financement, et donc il sera impossible à la Société Radio–Canada de remplir son mandat.

Nous continuerons donc d'exercer des pressions sur les députés et députées au Parlement pour fournir un financement adéquat à la Société Radio–Canada afin de lui permettre de remplir son mandat. Nous accroîtrons nos efforts pour que la Société Radio–Canada devienne plus active quant à l'équité en matière d'emploi reflétant ainsi la nature multiculturelle du Canada. Nous savons que la Société Radio–Canada, même si elle est loin d'être parfaite, est essentielle à la conservation et à la croissance de l'identité canadienne, des valeurs culturelles et de la souveraineté de même à l'existence d'une communauté artistique viable dans notre pays.

I would like to just re–emphasize that the points I've covered here in this document, although it was written in 1991 and adopted by our convention, we believe are still valid today.

Richard will now do a summary of our other points.

Mr. Richard Balnis (Assistant Director, Research Department, Canadian Union of Public Employees): Thank you, Gord.

As Gord said, I would like to summarize our speaker's notes and provide you with some thoughts for your questioning during the panel discussion.

I would like to begin by stating that we urge you at the very least to recommend no change to the promised funding level of the CBC.

Further, it is our hope that once you have heard the many submissions from the various interveners and the CBC itself, you will, as we have, come to the conclusion that it is necessary to safeguard the CBC from any further erosion in the future.

• 1930

There are many visions for Canadian and Quebec broadcasting being placed before you. There are the private broadcasters, as our colleagues from NABET have already indicated, who in effect want to grab any advertising dollars received by the CBC and capture them for themselves.

There are those who see the CBC as a narrow "PBS of the north", occupying an ever–shrinking market niche and doing little to preserve our cultural identity. Then there are the deregulators, who believe in opening up the market and giving Canadians greater choice. However, given the context and dynamics of our industry, they are only playing right into the hands of mostly American multinational corporations and monopolies. In our view, none of these visions meets the central

[*Traduction*]

On the next page, we talk about money; the only clear winner in the struggle to redefine the CBC with inadequate funding is the private sector, with its American suppliers. And the fact that many Canadian communities have lost access to CBC local television remains an important point today, because to us, life in the communities is lost. It is not up to the private sector to present that in the communities. It is up to the CBC to do so.

With more budget cutbacks on the horizon, the very future of the CBC is at stake. The CBC's own updated financial projections provided to the CRTC indicate future budget problems of even greater magnitude; with the deterioration of its funding, it will be impossible for the CBC to fulfil its mandate.

We will therefore continue to lobby members of Parliament to provide adequate funding to the CBC to enable it to fulfil its mandate. We will increase our efforts to have the CBC become more active in employment equity, reflecting the multicultural and multiracial nature of Canada. We know that the CBC, while far from perfect, is essential to the retention and growth of Canadian identity, cultural values and sovereignty, as well as to the existence of a viable arts community in this country.

J'aimerais tout simplement souligner de nouveau que ce document, même s'il a été rédigé en 1991 et adopté par notre congrès, est toujours valable aujourd'hui.

Richard va maintenant vous faire un résumé de nos autres points.

M. Richard Balnis (directeur adjoint, Service de la recherche, Syndicat canadien de la Fonction publique): Merci, Gord.

Comme Gord l'a dit, j'aimerais résumer nos notes d'allocution et vous donner matière à réflexion que vous pourrez approfondir lors de la période de questions.

Permettez–moi de commencer en disant que je vous encourage vivement à tout au moins ne recommander aucun changement au niveau de financement promis à la SRC.

En outre, nous espérons que lorsque vous aurez entendu les nombreuses représentations des divers intervenants et de la SRC, vous en arriverez, comme nous, à la conclusion qu'il est nécessaire de protéger la SRC contre toute autre érosion.

On vous a présenté bon nombre de visions différentes du réseau de radiodiffusion pour le Québec et le Canada. Comme nos collègues du SNTC l'ont déjà dit, il y a les radiodiffuseurs privés qui en fait veulent mettre la main sur toutes les recettes publicitaires que reçoit la SRC pour s'en approprier.

Il y a ceux qui considèrent la SRC comme un «réseau de télévision publique du Nord» qui occupe un créneau de plus en plus petit sur le marché et qui ne fait pas grand–chose pour préserver notre identité culturelle. Il y a ensuite ceux qui veulent la déréglementation, ceux qui croient qu'il faut ouvrir le marché pour donner aux Canadiens un plus grand choix. Cependant, étant donné le contexte et la dynamique de l'industrie, ils font tout simplement le jeu de la plupart des

[*Text*]

test of sustaining and even improving the Canadian broadcasting system and increasing Canadian programming.

To put it on the table, we have certain fundamental beliefs. We believe there is a continued need for regulation. There is also a continued role for both the government and the CRTC. Furthermore, we also believe there is a need for an enhanced role for the CBC and other public broadcasters within this regulated broadcasting system.

Whatever the future holds in terms of American DBS services and other technological innovations, you are faced with one question: how do we marshall and deliver enough Canadian resources to create Canadian programming to maintain our predominant space in this world? Subsidiarily, what role will the CBC and other public broadcasters play in the production and broadcast of Canadian programming in the areas of drama, performing arts, current affairs, arts documentaries, as well as skills development and training?

In our view, the CBC has an important place in this universe. David Ellis will be appearing before you later on as part of a panel, and we quote from his book, *Split Screen –Home Entertainment and the New Technologies*. The role of the CBC is important because a strong case:

> can be made that the CBC is the only Canadian broadcaster that can ultimately be depended on to produce distinctive Canadian programs.

We also cite the Canadian Ethnocultural Council when it appeared before the CRTC in 1993 and their view that the CBC, because it is publicly funded:

> may be the only Canadian broadcaster that can be depended on to produce distinctive Canadian programs reflecting the multicultural and multiracial reality of Canada.

If one is to take the view that your critic is usually the best person who can assess your ability, the Canadian Association of Broadcasters has discovered that the CBC contributed in 1991 roughly 50% of total Canadian programming expenditures, roughly $580 million. Even Global, again when it appeared before the CRTC in 1992, concluded in their submission that the CBC produced proportionately more Canadian programming in relation to its share of total broadcasting system revenues than the private broadcasters.

Again, citing from Davis Ellis's work, his 1991 study of English TV, he found:

> Within the terms of Canada's national cultural goals, the CBC has clearly outdistanced both of the private networks while CTV has in turn outperformed Global.

[*Translation*]

grandes sociétés multinationales américaines et des monopoles américains. À notre avis, aucune de ces visions ne répond au critère essentiel qui consiste à maintenir et même à améliorer le réseau de radiodiffusion canadien et à augmenter la programmation canadienne.

Nous avons certaines croyances fondamentales, et nous aimerions bien vous les présenter. Nous croyons que la réglementation est toujours nécessaire. Nous estimons en outre que le gouvernement et le CRTC doivent continuer à jouer un rôle. De plus, nous croyons que la SRC et d'autres radiodiffuseurs publics ont un rôle plus important à jouer dans ce réseau de radiodiffusion réglementé.

Peu importe ce que l'avenir nous réserve en ce qui concerne par exemple la télévision directe par satellite et d'autres innovations technologiques américaines, la question est la suivante: comment peut–on canaliser et distribuer suffisamment de ressources canadiennes pour créer une programmation qui permette de maintenir notre espace prédominant dans ce monde? En outre, quel rôle la SRC et d'autres radiodiffuseurs publics joueront–ils dans la production et la radiodiffusion d'émissions canadiennes dans le domaine des arts dramatiques, des arts de la scène, des affaires courantes, des documentaires culturels ainsi que du développement des techniques et de la formation?

À notre avis, la SRC a un rôle important à jouer dans ce contexte. David Ellis comparaîtra devant votre comité comme membre d'un groupe spécial. Permettez–moi de citer un passage de son livre intitulé *Split Screen –Home Entertainment and the New Technologies*. Le rôle de la SRC est important car:

> On peut présenter d'excellents arguments pour faire valoir que la SRC est le seul radiodiffuseur canadien sur lequel on puisse ultimement compter pour produire des émissions typiquement canadiennes.

Nous citons également le Conseil ethnoculturel canadien qui a comparu devant le CRTC en 1993 et qui dit que parce que la Société Radio–Canada est financée publiquement:

> Elle est peut–être le seul radiodiffuseur canadien sur lequel on puisse compter pour produire des émissions typiquement canadiennes qui reflètent la réalité multiculturelle et multiraciale du Canada.

Si on part du principe que celui qui vous critique est habituellement le mieux placé pour évaluer vos capacités, l'Association canadienne des radiodiffuseurs a découvert qu'en 1991, la SRC avait contribué à environ 50 p. 100 des dépenses totales pour la programmation canadienne, ce qui représente environ 580 millions de dollars. Même le réseau Global, lorsqu'il a comparu devant le CRTC en 1992, a conclu lors de son témoignage que la SRC avait produit proportionnellement plus d'émissions canadiennes que les radiodiffuseurs privés par rapport à sa part totale de recettes du réseau de radiodiffusion.

Dans une étude des réseaux anglophones de télévision qu'il a effectuée en 1991, David Ellis en arrive à la conclusion suivante:

> En ce qui concerne les objectifs culturels nationaux du Canada, la SRC a clairement dépassé les deux réseaux privés tandis que le réseau CTV a à son tour mieux réussi que le réseau Global.

[*Texte*]

Given this reality of Canadian broadcasting and what Gord has said in terms of our policy, we see an enhanced role for the CBC at this critical juncture. It all comes down to a matter of money. Again, I think David Ellis summarized it and I would like to read that quote into the record:

> All the evidence suggests that private broadcasters will play a diminishing role in the creation of such programming, home-grown drama and entertainment that truly reflects Canadian values. That role will probably have to be reserved for Canada's public and education broadcasters, above all the CBC. One of these days, Canada's political leaders will have to decide whether they are willing and able to commit public funds commensurate with the lofty goals of the Broadcasting Act.

• 1935

In our speaker's notes, we summarize the history of funding, which has clearly indicated that this decision has been allowed to slide under the previous government, and we are now in a position to look to this government and this committee to reverse, as raised by our colleagues from NABET, the situation where the purchasing power of the CBC's parliamentary appropriations has declined 16% in constant dollars between 1984 and 1991. The CBC shares of total spending on departments has declined similarly by 20% since 1984.

Just moving along and recognizing that you want to ask us questions, there have been a number of proposals for creative structural and financial arrangements to commit the Canadian broadcasting system and the CBC to the creation of greater amounts of distinctive, high quality Canadian programming.

In our view, the concept of cable payment for the carriage of public broadcast signals should be examined carefully and not rejected out of hand. We believe the concept has considerable merit. Cable distributors are now the largest, single component of the broadcasting system in Canada, earning about $1.6 billion per year in cable subscription fees. Between 1980 and 1989 cable's gross revenues grew by a factor of about three. Net operating income grew by a factor of about four.

I am sure from the cable companies you will hear that this proposal is discriminatory, it is a new tax, it lacks any economic rationale, and it should be rejected. We believe stable and increased levels of funding are needed to ensure the future of Canadian programming, and it is to you to create what we call a "three-legged funding stool" for the CBC that involves government appropriations, advertising revenue and our proposed cable carriage fees. Together, this three-legged funding stool will go a long way towards the renewal of Canadian public broadcasting and the CBC.

The Vice-Chair (Mr. Ianno): Thank you very much, gentlemen.

We will turn to Suzanne Tremblay and Christine for 10 minutes.

[*Traduction*]

Devant cette réalité de la radiodiffusion canadienne et en tenant compte de ce que Gord a dit en ce qui concerne notre politique, nous croyons que la SRC a un rôle plus important à jouer en ce moment critique. Tout cela revient à une question d'argent. Encore une fois, je pense que David Ellis l'a bien résumé et j'aimerais, aux fins du compte rendu, vous citer ce qu'il a dit:

> Tout indique que les radiodiffuseurs privés joueront un rôle de moins en moins important dans la création d'une telle programmation, c'est à dire des dramatiques et des émissions de divertissement qui réflètent vraiment les valeurs canadiennes. Ce rôle devra sans doute être réservé aux radiodiffuseurs d'émissions éducatives et aux radiodiffuseurs publics canadiens, par dessus tout à la SRC. Un de ces jours, les chefs politiques canadiens devront décider s'ils sont prêts ou capables d'engager des fonds publics à la mesure des nobles objectifs de la Loi sur la radiodiffusion.

Nous résumons dans notre mémoire l'histoire du financement de la Société, ce qui démontre clairement que le gouvernement précédent n'a pas maintenu ce financement au niveau voulu, et tout comme nos collègues du SNTC, nous demandons au comité de renverser cette tendance. En dollars constants, les crédits affectés à la SRC ont diminué de 16 p. 100 entre 1984 et 1991. Les fonds que la SRC alloue à ces différents services ont aussi diminué de 20 p. 100 depuis 1984.

Je vais continuer assez vite car je sais que vous voulez nous poser des questions. On a proposé un certain nombre d'arrangements créatifs sur le plan structurel et financier qui amèneraient le système canadien de radiodiffusion et la SRC à créer un plus grand nombre d'émissions typiquement canadiennes et de grande qualité.

Nous estimons qu'il faut examiner attentivement et non pas rejeter automatiquement l'idée d'un système de paiement pour la transmission de signaux publics. Cette idée nous semble très intéressante. Les câblodistributeurs constituent actuellement le plus grand élément du système canadien de radiodiffusion, rapportant annuellement environ 1,6 milliard en tarifs d'abonnement au câble. Entre 1980 et 1989, les recettes brutes des câblodistributeurs ont triplé. Les recettes nettes d'exploitation ont quadruplé.

Je suis certain que les sociétés de câblodistribution vous diront que cette proposition est discriminatoire, représente une nouvelle taxe, n'a aucune justification économique et qu'il faut la rejeter. Nous pensons que des niveaux accrus et stables de financement sont nécessaires pour assurer l'avenir de la programmation canadienne, et il vous appartient de créer pour la SRC une base de financement en trois parties, comprenant les crédits gouvernementaux, les revenus publicitaires et le système de cachets applicables à la diffusion par câble que nous avons proposé. Nous croyons que cette méthode tripartite de financement aidera grandement à renouveler le système canadien de radiodiffusion et la SRC.

Le vice-président (M. Ianno): Merci beaucoup messieurs.

Nous passons maintenant à Suzanne Tremblay et à Christine pour 10 minutes.

[*Text*]

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Bonsoir messieurs. Merci beaucoup, pour votre présentation.

On a eu, comme vous l'avez mentionné, et comme vous le savez très bien, plusieurs groupes qui sont venus devant nous; j'aurais quelques questions à poser relativement à une requête des francophones, à savoir que le budget de Radio–Canada soit divisé 50–50 comme c'était avant, diminuant d'autant la part qui va présentement à CBC. Vous réagissez comment, vous, devant cette requête des francophones?

Mr. Hunter: I think the current funding levels are appropriate. I think the job that has to be done to serve the francophone community is to some degree a different job because of the concentration of population. As a result of that, I believe the funding should stay at the current level. I believe it is very important to this country to continue to be sure that francophone viewers and listeners right across Canada get access to the CBC in their own language.

Mme Tremblay: Mais il y a quand même un principe fondamental dans notre société: à travail égal, salaire égal. Pourquoi faudrait–il payer davantage les anglophones pour faire la même chose que les francophones? Pourquoi est–ce que vous méritez plus de l'heure? Pourquoi faudrait–il vous donner deux fois plus pour faire un téléjournal qu'on en donne à Radio–Canada français? Avez–vous d'autres arguments que de dire: il faut maintenir cela comme c'est? Le statu quo au Québec, on est contre cela!

Mr. Hunter: I understand what it means in Quebec. I live in Quebec and I understand that the status quo is not very popular in Quebec. At the same time, as I think I pointed out, I think there is a different job to be done. It is easier, I think, just because of a concentration of population. The job that has to be done in Quebec is somewhat different from the job that has to be done within the English network. Because of that, the approach is slightly different.

[*Translation*]

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Good evening gentlemen. Thank you very much for your presentation.

As you mentioned and as you well know, we have had a number of groups appearing before us; I would like to ask you a few questions about a request made by francophone witnesses, namely that the budget of the CBC–SRC should be divided equally, as used to be the case, thus decreasing the proportion currently going to CBC. What is your reaction to such a request made by francophone witnesses?

M. Hunter: Je pense que les niveaux actuels de financement sont adéquats. Étant donné la concentration de la collectivité francophone, je crois que la tâche de la desservir est quelque peu différente. Je crois donc qu'il ne faut pas changer les niveaux de financement actuels. Il est très important de s'assurer que le public francophone dans toutes les régions du Canada continue à avoir accès aux services de la SRC dans sa propre langue.

Mrs. Tremblay: However, there is a basic principle in our society: equal pay for work of equal value. Why should anglophones be paid more for doing the same job as francophones? Why do you deserve higher hourly rates? Why should you be given twice as much to produce a newsprogram as is given to the French network? Can you give me any other arguments apart from saying that things should remain unchanged? We are against the status quo in Quebec!

M. Hunter: Je comprends ce que cela signifie au Québec. J'habite au Québec et je comprends que le statu quo n'y est pas très populaire. Cependant, comme je crois l'avoir signalé, je crois que les deux réseaux ont des tâches différentes à accomplir. Je crois que la tâche de la SRC est plus facile à cause de la concentration de la population. La tâche à accomplir au Québec est quelque peu différente du travail que le réseau anglais doit faire. Je crois donc que l'optique est légèrement différente.

• 1940

Mme Tremblay: Je vais vous interrompre, car je ne comprends pas ce que vous voulez dire au juste. Je vous dis que pour produire une heure de télévision, on fait par exemple un téléroman, une dramatique, en français. Pourquoi faudrait–il que nous autres, Marilyn, nous devrions la voir toujours dans sa «christophe de cuisine», alors que les anglais se promènent dans la nature et que c'est très beau, car on vous donne 800 000$ pour faire une émission alors que nous, on a 350 000$? Pourquoi y a–t–il cette différence entre les anglophones et les francophones? C'est le sens de ma question. Pourquoi avez–vous plus d'argent pour faire la même chose?

Mr. Hunter: I don't think there is for any given production. Certain funds are available and people make choices. Producers make choices. Choices are made as to how productions are done in terms of the production values people are looking for. I don't think those are the kinds of decisions that are being made at head office. A lot of those decisions are made by the producers.

Mme Tremblay: Ce qu'on nous dit c'est qu'un technicien anglais coûte plus cher qu'un technicien français! C'est ce qu'on nous dit.

Mrs. Tremblay: I must interrupt you, because I really don't understand what you mean. To produce one hour of television, the network might put on a serial or drama in French. Why are the characters always in the same location, such as a kitchen, whereas the English programs come with beautiful open air scenes, because you are given $800,000 to make a program whereas we get only $350,000. Why is there this difference between funding for angolphones and francophones? That is the point of my question. Why do you get more money to do the same thing?

M. Hunter: Je ne crois pas qu'on affecte des fonds à une émission précise. Un budget global est disponible et les responsables font des choix. Les réalisateurs font des choix. Ils décident de réaliser certaines émissions en fonction de certaines valeurs. Je ne crois pas que le siège social prenne ce genre de décision. Ce sont les réalisateurs qui prennent beaucoup de ces décisions.

Mrs. Tremblay: We are told that an English technician is paid more than a French technician! That is what we have been told?

[*Texte*]

Mr. Hunter: That's simply not true. The reality is that the weight structure is very much the same. In fact, if my recollection serves me, they are almost exactly the same. In fact, I'm reminded that a technician in Quebec costs about 3% more than a technician in the rest of the country. So, in fact, wages for technicians in Quebec are about 3% higher than those in the rest of the country.

So I'm not so sure that's the case. I try to watch a fair amount of French television and I don't think it's of inferior quality to the television in English Canada. I make an effort to watch television in both languages and to try to improve my understanding of French. I don't see a significant difference. It's my view that there is some very fine programming produced by the CBC in French as well.

Mme Tremblay: Je ne suis pas en train de dire que la télévision francophone est de moins bonne qualité que la télévision anglaise. Au contraire, je pense que je pourrais peut–être même dire le contraire dans certains cas. Allons sur un autre sujet.

Mr. Hunter: I might agree with you in some cases.

Mme Tremblay: Pouvez–vous m'expliquer comment il se fait que les syndicats et les employés aient accepté que Radio–Canada puise dans votre surplus de fonds de pension pour combler son déficit, donc transformer un déficit de 24 millions en un surplus de 22 millions en allant puiser 46 millions dans votre fonds? Vous savez que tôt ou tard le Canada aura à le payer. Il n'est pas là. Il est en surplus maintenant, mais quand vous en aurez besoin, il faudra qu'on puise dans les fonds des contribuables canadiens pour compenser les 46 millions que Radio–Canada a pris cette année et les millions qu'il s'apprête à prendre l'an prochain aussi. Comment pouvez–vous en tant que représentants syndicaux avoir accepté une chose pareille?

Mr. Ken Hopper (Senior Officer, CUPE Broadcast Division, Canadian Union of Public Employees): We didn't accept it. In fact, at the time that it happened we were opposed to it strongly and took every action we could to stop it. It was $100 million, not just $46 million, that they took from the pension fund at the time. The allocation of those funds was not agreed to by the union, either within the union structure or by the trustees we had on the pension board.

Frankly, I'm not sure how the people of Canada pay that money back. The pension fund is in a surplus position and it stands on its own. It's not something that is supplemented by federal revenues.

Mme Tremblay: Osez demander à la ville de Montréal quels sont les problèmes qu'ils ont présentement d'avoir à faire face aux années où M. Drapeau a vidé le compte de banque des surplus des fonds de pension? Vous allez avoir le même problème dans 20 ans. Là, c'est le maire Doré qui a des problèmes avec cela. Il me semble que c'est assez important. Je suis un peu surprise de voir ça, vraiment.

Mr. Sullivan: We opposed it vigorously and strongly in every possible way, but unfortunately the law of the land doesn't help us. The law of the land permitted the corporation to do that. To hear those in the corporation tell it, they were

[*Traduction*]

M. Hunter: C'est tout à fait faux. En réalité, les barèmes sont sensiblement les mêmes. Si je ne m'abuse, ils sont presque identiques. On vient de me rappeler en effet qu'un technicien au Québec coûte 3 p. 100 plus cher qu'un technicien dans les autres régions du pays. Les salaires des techniciens travaillant au Québec sont donc d'environ 3 p. 100 supérieurs à ceux de leurs collègues dans les autres régions du pays.

Je ne crois pas que la situation telle que vous la décrivez soit juste. J'essaie de regarder beaucoup de télévision française et je ne crois pas qu'elle soit inférieure à la télévision anglaise. J'essaie de regarder les émissions dans les deux langues afin d'améliorer ma compréhension du français. Je n'y vois pas de différence importante. Je crois que la SRC réalise d'excellentes émissions en français.

Mrs. Tremblay: I am not saying that French television is of inferior quality to English television. On the contrary, I think I could even say the opposite in certain. Let us move on to another subject.

M. Hunter: Je serais peut–être d'accord avec vous dans certains cas.

Mrs. Tremblay: Can you explain to me why the unions and employees allowed CBC–SRC to take money from your pension fund surplus in order to offset its deficit, thus converting a deficit of $24 million into a surplus of $22 million by taking $46 million from your pension fund? As you know, sooner or later, Canada will have to pay for this. That is not yet the situation. The fund now has a surplus, but when the money is needed, it will have to be taken from the pension funds of Canadian taxpayers in order to offset the $46 million which CBC–SRC has taken this year as well as the millions of dollars which it is preparing to take next year. As union representatives, how could you accept such a decision?

M. Ken Hopper (cadre supérieur, Division de la radiodiffusion, Syndicat canadien de la Fonction publique): Nous ne l'avons pas acceptée. Au moment où on a pris cette mesure, nous nous y sommes vigoureusement opposés et avons fait notre possible pour l'empêcher. Ils ont pris en effet 100 millions de dollars, non seulement 46 millions, du fonds de pension. Ni le syndicat ni nos fiduciaires qui siégeaient au conseil d'administration du régime n'ont approuvé cette décision.

En toute franchise, je ne sais pas comment les contribuables canadiens vont rembourser ces montants. Le régime de pension connaît un excédent et il s'autofinance. Il ne fait pas appel à des crédits supplémentaires de l'État.

Mrs. Tremblay: Go and ask the City of Montreal about the problems they now have, trying to address the problems created by Mr. Drapeau when he took out the surplus from the pension funds. You are going the have the same problem 20 years from now. In Montreal, it is Mayor Doré who now has to deal with the problem. I think this is an important issue. I am really rather surprised to see what has happened.

M. Sullivan: Nous nous y sommes opposés vigoureusement et avec tous les moyens à notre disposition, mais malheureusement la loi ne nous a pas aidés. La loi permet à la Société de faire ce qu'elle a fait. Selon les responsables de la

[*Text*]

instructed by the Minister of Finance to do that. They didn't really want to take as much money as they did, but because there were some backroom deals with the minister, they were stuck with that deal. They would have faced bigger cuts from the then government if they hadn't gone after the pension fund.

[*Translation*]

Société, c'est le ministre des Finances qui leur a dit de le faire. Ils ne voulaient pas prendre autant d'argent, mais à cause de certaines ententes conclues dans les coulisses avec le ministre, ils ne pouvaient faire autrement. S'ils n'avaient pas touché au fonds de pension, le gouvernement de l'époque aurait imposé des coupures encore plus importantes.

• 1945

The law of the land let the CBC take all of it. To their defence, they did leave some of the surplus in the plan—not all of it but some of it—and took a payment holiday for two years.

Les lois du pays permettent à la SRC de tout prendre. À sa décharge, on peut dire qu'elle a laissé une partie de l'excédent dans le régime—pas tout, mais une partie—et elle n'était pas obligée de rembourser avant deux ans.

The Vice–Chair (Mr. Ianno): Just for clarification, what year was that?

Le vice–président (M. Ianno): À titre d'éclaircissement, c'était en quelle année?

Mr. Sullivan: Two years ago, the fall of 1992.

M. Sullivan: C'était il y a deux ans, à l'automne 1992.

Mme Tremblay: Dans l'éventualité où cette année le gouvernement serait incapable de respecter la parole qu'il a donnée à M. Manera au moment où il l'a nommé président, soit de maintenir le financement de Radio–Canada, de vous stabiliser un peu les choses pour les quatre ou cinq années à venir, qu'est–ce qui risque d'arriver à la Société? Je ne vous demande pas d'être alarmistes, mais réalistes. Qu'est–ce qui risque vraiment d'arriver à la Société si on devait couper encore de 5 à 8 p. 100 votre budget? Est–ce que c'est RDI qui sauterait en premier?

Mrs. Tremblay: Should the government not be able to keep the promise it made to Mr. Manera when he was appointed president of the CBC, that is to maintain the funding of the CBC, to somewhat stabilize the situation for the next four or five years, what could happen to the Corporation? I'm not asking you to be alarmist but rather realistic. What could really happen to the CBC if your budget were further cut by 5% to 8%? Would RDI disappear first?

Mr. Sullivan: We have no idea what would disappear first. Radio–Canada International is not paid for by CBC now; it's paid for by the external affairs department. The CBC already cut that in the last round of cuts.

M. Sullivan: Nous n'avons aucune idée de ce qui sauterait en premier. Radio Canada International n'est pas financée à même le budget de la SRC à l'heure actuelle; c'est le ministère des Affaires étrangères qui le finance. Cela a déjà été coupé par la SRC lors des dernières coupures.

Mme Tremblay: RDI? C'est le réseau équivalent de *Newsworld* qui va commencer en janvier.

Mrs. Tremblay: RDI? It is the equivalent of Newsworld and it is going to start in January.

Mr. Sullivan: I could scarcely guess what would have to be cut at CBC, but they're already facing $180 million in the next three years and that's almost 20% of their appropriation. To say they are going to receive another 5% to 8% cut means there will have to be an amputation of some part of the corporation and I dread to think what that could be.

The president of the corporation thinks that with the $180 million and some surgical tucks here and there they can come up with $120 million of that $180 million and not damage irrevocably what CBC is. This is due in part to technology and in part to the willingness of the unions to deal fairly with the CBC, but to take more is so dreadful a thought that I don't think anybody here could fathom what would happen. I think an awful lot of people would view the CBC as having been totally abandoned by the government, if that were to happen.

M. Sullivan: Je ne peux pas vraiment deviner ce qu'il faudrait couper à la SRC, mais il leur faudra déjà couper 180 millions de dollars au cours des trois prochaines années, ce qui est presque 20 p. 100 de leurs crédits. S'il y avait une autre coupure de 5 à 8 p. 100, il leur faudra alors amputer une partie de la Société, ce que je redouterais terriblement.

Le président de la Société pense qu'en faisant quelques petites coupures ici et là il sera possible d'économiser 120 millions de dollars sans endommager irrévocablement la SRC et ce, en partie grâce à la technologie et en partie grâce à la volonté des syndicats de traiter équitablement avec la SRC. Mais je ne pense pas que quiconque ici pense qu'il soit possible de couper davantage. Je pense que bon nombre de gens considéreraient que la SRC a été totalement abandonnée par le gouvernement, si c'était le cas.

Mme Tremblay: Maintenant que vous avez l'édifice de Toronto et l'édifice de Montréal, est–ce qu'on pourrait vraisemblablement se passer d'Ottawa, de l'édifice de la rue Bronson?

Mrs. Tremblay: Now that you have a building in Toronto and a building in Montreal, could you likely do without Ottawa, without the Bronson Street building?

Mr. Hopper: If I may answer both that question and the previous one, frankly an 8% increase in the cut for the CBC would probably mean taking the CBC out of parts of Canada. It may no longer be a national broadcaster if you were to make a cut like that.

M. Hopper: Si vous me permettez de répondre à cette question ainsi qu'à la précédente, une autre coupure de 8 p. 100 du financement de la SRC se traduirait sans doute par l'élimination de la SRC dans certaines régions du Canada. La Société ne serait peut–être plus un radiodiffuseur national si on faisait une telle coupure.

[*Texte*]

We know in 1991, when the major cuts happened at the CBC, the CBC was removed from regions of Canada. It has slowly worked its way back in there; the Windsor example is one of those. Frankly, that kind of cut would probably take it possibly even out of provinces and it would just not be a Canada-wide broadcaster any more.

As for whether we could close Ottawa, Ottawa is only a station right now. Could we close the head office of the CBC? That's a question probably better put to the head office of the CBC, although I'm told—and we've been told repeatedly by both Mr. Manera and others at the CBC—that the head office administration staff has been cut quite a bit. Drastically might be the word they use. Drastically might not be the word we use, but the fact is it has been cut quite a bit and I know we represent many people—CUPE does—at the CBC and at the head office and there is not the number of people working on Bronson Avenue you might think are working there, or were working there in the past.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Good evening, gentlemen. It is very nice to have you here with us. I'm going to change my focus a little bit and say, first of all, that you obviously appreciate Mr. Manera. That was evident throughout the presentation. In fact, Mr. Manera has played quite a role insofar as many of the statements you bring out—I guess the direction that CBC has taken.

I'd like to draw your attention to the comments you make on page 2, that as a direct result of his personal intervention we now have an experiment in technology, work practices and labour relations, to bring CBC local television back on air in Windsor.

• 1950

I have a number of questions that I'd like to ask surrounding that particular action, and you might like to write them down. I'll give a series and then you can answer them.

I'm asking this because I'm from Alberta and I guess I'd like to know why Calgary may not have been chosen for something like this. First, I'd like to know when the experiment actually was initiated. Second, I'd like to know why Windsor was chosen. Third, I want to know what the initial cost was and if indeed this is growing, because in your presentation you said now you do not have four specially trained journalists, you have seven, so obviously there must be some kind of increased cost there. And fourth, when will the outcome of the experiment be available in report form?

Mr. Hunter: I'd like to very briefly comment about Calgary. I used to work in that station in Calgary and I'd love to see it open again too. It is hoped that with the kind of experiment that's taking place, which I'm going to ask Michael to talk about in more detail, with those kinds of changes in work practices and cooperation, we can work our way a little closer to reopening places like Calgary.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): When did the experiment start?

[*Traduction*]

Nous savons qu'en 1991, lorsque les grosses coupures ont été faites à la SRC, cette dernière a dû quitter certaines régions du Canada. Elle y est lentement revenue, par exemple à Windsor. Franchement, ce genre de coupure l'obligerait sans doute à disparaître de certaines provinces, ce qui fait qu'elle ne serait plus un radiodiffuseur national.

Pour ce qui est de la fermeture des bureaux d'Ottawa, Ottawa n'est qu'une station à l'heure actuelle. Pourrions-nous fermer le siège social de la SRC? C'est une question qu'il vaudrait mieux poser au siège social de la SRC, bien qu'on me dise—et que M. Manera et d'autres de la SRC m'aient dit à plusieurs reprises—que le personnel administratif a été considérablement réduit au siège social. Je pense qu'ils ont parlé de coupures draconiennes. Nous ne parlons peut-être pas de coupures draconiennes, mais le fait est qu'il y a eu des coupures importantes et je sais que nous représentons—au SCFP—de nombreux employés de la SRC et du siège social et qu'il n'y a peut-être pas autant de gens qui travaillent à l'édifice de la rue Bronson que vous ne le pensez, ou qui y travaillaient par le passé.

Mme Brown (Calgary-Sud-Est): Bonsoir, messieurs. Il est très agréable de vous recevoir aujourd'hui. Sur une autre note, permettez-moi de dire tout d'abord que vous semblez de toute évidence apprécier M. Manera. C'était assez évident pendant tout votre exposé. En fait, vous nous avez dit à plusieurs reprises que M. Manera avait joué un rôle vraiment important quant à l'orientation qu'a prise la SRC.

J'aimerais attirer votre attention aux remarques que vous faites à la page 2, c'est-à-dire que grâce à son intervention personnelle, nous avons aujourd'hui une expérience nouvelle dans les domaines de la technologie et des relations et pratiques de travail qui a permis le retour de la télévision locale à Windsor.

J'ai un certain nombre de questions que j'aimerais poser au sujet de cette mesure particulière, et vous voudrez peut-être les noter par écrit. Je vais vous donner toute une série de questions, et vous pourrez y répondre ensuite.

Je pose ces questions car je suis de l'Alberta et j'aimerais savoir pourquoi Calgary n'a pas été choisi pour une telle expérience. Premièrement, j'aimerais savoir quand l'expérience en fait a été lancée. Deuxièmement j'aimerais savoir pourquoi Windsor a été choisi. Troisièmement, je veux savoir quel en a été le coût initial et si le coût a augmenté, car dans votre exposé, vous avez dit qu'aujourd'hui, on n'a pas quatre journalistes avec une formation spéciale, mais il doit y avoir des coûts supplémentaires quelque part. Et quatrièmement, quand les résultats de l'expérience seront-ils présentés sous forme de rapport?

M. Hunter: Permettez-moi de faire quelques brèves remarques au sujet de Calgary. J'ai déjà travaillé dans cette station de Calgary et je serais très heureux de la voir réouvrir. On espère que grâce au type d'expériences qui se déroulent en ce moment, et dont je vais demander à Michael de nous parler plus en détail, grâce à ce genre de changement sur le plan des pratiques de travail et de la coopération, nous pourrons être un peu mieux en mesure de réouvrir des stations comme celle de Calgary.

Mme Brown (Calgary-Sud-Est): Quand l'expérience a-t-elle commencé?

[*Text*]

Mr. Hunter: I'm going to ask Michael to talk about some of that in detail.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Fine. Thank you.

Mr. Sullivan: The newscast went back on the air October 3 of this year. The corporation and the unions were in discussion for about a year prior to that and reached an agreement to do this this past March. The training, etc., went on from March and planning from October until it went on the air. It is on the air.

The addition of three new video journalists is at virtually no cost, because they're existing staff who have just been told that you can now take a camera out because the experiment is working.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Why was Windsor chosen? Is it because of the direct result of Mr. Manera's personal intervention? That is the statement that you make here. I'd like to know why. We really miss CBC Calgary as well and I'm sure people in Windsor missed CBC Windsor.

Mr. Sullivan: I think there are a whole lot of people in a whole lot of places in Canada who would like to have their local stations back on the air, and we would like to have the CBC put them back on the air, at least in the cities where we represent the employees. I can't speak for the Quebec unions, but I think they would have the same sentiment.

Why Windsor? Because of its unique, in the CBC's eyes and in a lot of the public's eyes, position as being totally, completely dominated by American programming. There is no local station in Windsor, as there is in Calgary, from anybody else. Windsor only had American local stations broadcasting directly, and Windsor isn't a very heavily cabled city. Because everything is free off the air, most people don't use cable. So, as a result, most people didn't get a Canadian signal of any description until the CBC put its newscast back on the air.

I can't speak for the CBC in terms of why Calgary wasn't first, but I can speak for us in the hopes that Calgary is on the list.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I was really asking that for a self–serving reason. It seems to me that it was odd that it was Windsor that was chosen. You've given a reasonable explanation, but there was a reason for me asking that.

Also, I expect a report would be available. If this is an experiment, we want to see the audience reach and how many people are listening. Is anybody out there watching CBC? It would be a dismal failure if you found out that, gee, American programming is really exciting and it just didn't work out.

[*Translation*]

M. Hunter: Je vais demander à Michael de vous en parler plus en détail.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Très bien. Merci.

M. Sullivan: Le bulletin de nouvelles est revenu sur les ondes le 3 octobre dernier. La Société et les syndicats ont négocié pendant environ un an et en sont arrivés à une entente en mars dernier. La formation, etc., s'est faite à partir du mois de mars et la planification à partir d'octobre jusqu'à ce que le bulletin soit en ondes. Il est maintenant en ondes.

L'ajout de trois nouveaux journalistes s'y connaissant en vidéo s'est fait pratiquement sans coûts additionnels, car il s'agit essentiellement de personnel à qui on a tout simplement dit qu'il pouvait prendre une caméra parce que l'expérience fonctionnait.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Pourquoi a–t–on choisi Windsor? Est–ce la conséquence directe de l'intervention personnelle de M. Manera? C'est ce que vous déclarez ici. J'aimerais savoir pourquoi. La station de Radio–Canada de Calgary nous manque vraiment à nous aussi et je suis certaine que la station de Windsor manquait aux gens de Windsor.

M. Sullivan: Je pense qu'il y a bien des gens dans bien des endroits au Canada qui aimeraient voir leur station locale revenir en ondes, et nous aimerions que la SRC les remettent en ondes, du moins dans les villes où nous représentons les employés. Je ne peux parler pour les syndicats québécois mais je pense qu'ils auraient le même sentiment.

Pourquoi Windsor? Pour la SRC et pour bon nombre de citoyens, c'est en raison de sa position unique en ce sens que Windsor est complètement dominée par la programmation américaine. Contrairement à Calgary ou ailleurs, il n'y a aucune station locale à Windsor. Windsor ne recevait que des stations locales américaines qui radiodiffusaient directement, et Windsor n'est pas une ville qui compte de nombreux abonnés de la câblodistribution. Étant donné que presque toutes les stations sont gratuites, la plupart des gens n'utilisent pas le câble. Donc, par conséquent, les gens là–bas ne captaient pas de signal canadien jusqu'à ce que la SRC remette son bulletin de nouvelles en ondes.

Je ne peux parler pour la SRC et expliquer pourquoi Calgary n'a pas été choisie d'abord, mais je peux parler pour nous en vous disant que nous espérons que Calgary est sur la liste.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Si je vous ai posé la question, c'est par intérêt personnel. Il me semblait étrange que Windsor ait été choisie. Vous m'avez donné une explication raisonnable, mais j'avais une raison pour vous poser la question.

En outre, je m'attends à ce qu'un rapport soit publié. S'il s'agit d'une expérience, nous voulons savoir quelle est la part de l'écoute et combien de gens écoutent cette station. Est–ce que quelqu'un là–bas regarde la SRC? Ce serait un échec lamentable si on s'apercevait que la programmation américaine est vraiment intéressante et que l'expérience n'a tout simplement pas fonctionné.

[*Texte*]

Mr. Sullivan: Before CBC left the airwaves in Windsor their local newscast reached something like 40% of the viewers in the evenings. As soon as they left, those 40%, almost all of them, switched to American programming, to the American stations. There was a handful, maybe 1%, that switched to cable-fed Global and cable-fed London, now Baton, and it wouldn't surprise me at all to see that 40% figure brought back.

In terms of a report, we and the CBC are jointly analysing and studying all of the facets of the experiment: the training that was needed to put it on the air, the cost of putting it on the air, which in start-up isn't insignificant, but in ongoing it almost pays for itself in terms of advertising revenue, and it's hoped that it will pay for itself in the long run.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): One thing that wasn't quite mentioned was the cost of that. I asked about it, but I didn't hear the answer.

• 1955

Mr. Sullivan: The cost in terms of. . .

Mrs. Brown (Calgary Southeast): How much is the experiment costing?

Mr. Sullivan: I don't have the actual dollar amount with me. You'd have to ask the CBC for that. Ken may have it.

Mr. Hopper: I'm not sure of the actual dollar amount, but the CBC has entered into an experiment with CUPE as well, and is talking about joint sales between itself and Baton Broadcasting. As a result, all the local time on the CBC signal that's broadcast into London, Ontario, is now sold by Baton Broadcasting to its clients in London. The CTV signal that comes out of Wingham into Windsor is now sold by the CBC through its sales department. The revenues are kept by the appropriate departments.

The CBC is partially funding the experiment through joint sales with Baton Broadcasting of each other's signal.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): But you don't know how much this is costing.

Mr. Hopper: You'd have to ask the CBC that question. It's intended to be self-financing.

Mr. Sullivan: In terms of the report, we hope to have something in writing for the CBC's board of directors early in the new year.

Mr. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Thank you for your presentation. It was most complex. I want to get into a little of that complexity for my own clarification. But first I would like to thank you for your third-last paragraph on page 1 where you say:

[*Traduction*]

M. Sullivan: Avant que la SRC ne quitte les ondes à Windsor, leur bulletin de nouvelles locales atteignait quelque 40 p. 100 des téléspectateurs en soirée. Lorsque la station a quitté les ondes, c'est presque la totalité des 40 p. 100 qui sont passés à la programmation américaine, aux stations américaines. Une petite poignée, peut-être 1 p. 100, est passée au réseau Global distribué par câble et au réseau London, maintenant Baton, distribué par câble, et je ne serais pas surpris du tout que ces 40 p. 100 de téléspectateurs reviennent à la SRC.

Pour ce qui est d'un rapport, conjointement avec la SRC, nous sommes en train d'analyser et d'étudier toutes les facettes de l'expérience: la formation qui a été nécessaire pour mettre le bulletin de nouvelles en ondes, le coût de mis en ondes qui n'est pas à négliger au début—mais qui à la longue est négligeable si on tient compte des recettes publicitaires, et on espère que ce sera le cas à long terme.

Mme Brown (Calgary-Sud-Est): Une chose que l'on n'a pas vraiment mentionnée est le coût de cette expérience. J'ai posé cette question mais je n'ai pas entendu la réponse.

M. Sullivan: Le coût en termes de. . .

Mme Brown (Calgary-Sud-Est): Combien coûte cette expérience?

M. Sullivan: Je n'en connais pas le chiffre exact. Il faudrait le demander à la Société Radio-Canada. Il est possible que Ken connaisse ce chiffre.

M. Hopper: Je ne connais pas le montant exact, mais la Société Radio-Canada est également en train de mettre sur pied une expérience avec le SCFP et parle de conclure une entente au sujet des ventes de temps d'antenne avec Baton Broadcasting. Selon cette entente, le temps d'antenne correspondant au signal que la Société Radio-Canada diffuse à London, Ontario, est maintenant vendu par Baton Broadcasting à ses clients de London. C'est désormais la Société Radio-Canada qui vend également le temps d'antenne du réseau CTV pour les émissions diffusées depuis Wingham dans la région de Windsor. Le service en cause garde les recettes.

La Société Radio-Canada finance en partie cette expérience par le biais de son activité de vente réciproque menée avec Baton Broadcasting.

Mme Brown (Calgary-Sud-Est): Mais vous ne savez pas exactement combien cela coûte.

M. Hopper: Il faudrait poser la question à la Société Radio-Canada. Ce projet devait s'autofinancer.

M. Sullivan: Pour ce qui est du rapport, nous espérons remettre quelque chose par écrit au conseil d'administration de la Société Radio-Canada au début de l'année prochaine.

M. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Je vous remercie pour votre exposé. Il était particulièrement complexe. J'aimerais revenir sur ces choses pour essayer de mieux les comprendre. J'aimerais tout d'abord vous remercier de ce que vous dites dans votre troisième paragraphe de la page 1:

[*Text*]

Some, no doubt, would suggest that we are here to protect our own interests. While it is true we have the interests of our members in mind when we appear in front of you, we note that we are but one in a long line of presenters with vested interests.

It's refreshing to hear that. We of course know this, but it's nice to see it stated.

First of all, NABET is a trade union representing 8,000 workers. I'm trying to understand the relationship here between the two groups. Does NABET look after the CBC, CTV, and independents, or is it just the CBC?

Mr. Hunter: We represent about 2,800 people at the CBC. They are mostly technical people, but there are also workers in the staging department building sets and that kind of thing. We represent general workers within the CBC.

Outside the CBC, our units mostly include what we refer to as wall to wall, or everyone from the first person you meet as you walk in the door to the person who anchors the news. Most of our units are like that. We have 90–some locals across the country. We negotiate about 60 collective agreements and 1 collective agreement at the CBC.

Each of the CTV affiliates represents a separate collective agreement. We're primarily in television, but we represent radio workers as well as freelance workers in the production industry.

Mr. Hanrahan: Could one of your collective groups tie up the whole industry? Could one group tie up all of the CBC or all of CTV?

Mr. Hunter: There are times when I wish we could, but we're not in a position to do that. In fact, in broadcasting today it's virtually impossible. It's not like an industrial trade union relationship. It's virtually impossible to shut a television station down. If you have a strike you can't stop production, simply because everything comes in electronically off satellite dishes. You can't stop those things. As a result, even throughout a protracted labour dispute, we can't shut down that company. It's not like shutting a production line. We can't do it.

Mr. Hanrahan: Is there any distinction between the salary paid to a CBC employee and someone doing exactly the same job in a private company?

Mr. Hunter: The salaries vary. When I first started working in this industry, everybody wanted to work for the CBC because that's where the big money was. That's not really the case today. Most of the people involved in the larger private sector agreements in major cities in this country make more money than the people who do comparable jobs at the CBC.

[*Translation*]

Il ne fait aucun doute que certains laisseront entendre que nous sommes ici pour protéger nos propres intérêts. S'il est vrai que, en comparaissant devant vous, nous avons en tête les intérêts de nos membres, nous constatons que nous ne sommes que l'un des nombreux groupes de témoins qui viennent ici défendre leurs propres intérêts.

C'est une observation rafraîchissante. Nous savons cela mais c'est agréable de voir que cela est dit.

Tout d'abord, le SNTC est un syndicat qui représente 8 000 travailleurs. J'essaie de comprendre les rapports qui existent entre les deux groupes. Est–ce que c'est le SNTC qui s'occupe de la Société Radio–Canada, de CTV et des stations indépendantes ou ce syndicat s'occupe–t–il uniquement de la SRC?

M. Hunter: Nous représentons près de 2 800 travailleurs de la Société Radio–Canada. Il s'agit pour la plupart de techniciens mais nous représentons également des travailleurs des services qui construisent des décors et ce genre de choses. Nous représentons une bonne partie des travailleurs de la SRC.

À l'extérieur de la Société Radio–Canada, nos sections représentent l'ensemble des travailleurs, c'est–à–dire tout le monde, de la première personne que vous rencontrez en pénétrant dans l'édifice jusqu'à celle qui lit les nouvelles. La plupart de nos sections appartiennent à ce type–là. Nous avons quelques 90 sections au Canada. Nous négocions près de 60 conventions collectives dont une avec la Société Radio–Canada.

Nous négocions une convention collective distincte avec chacune des stations affiliées du réseau CTV. Nous représentons principalement les travailleurs de la télévision, mais également ceux de la radio ainsi que certains travailleurs indépendants du secteur de la production.

M. Hanrahan: Est–ce qu'une de vos sections serait en mesure de paralyser l'ensemble de l'industrie? Une section pourrait–elle paralyser l'ensemble du réseau Radio–Canada ou le réseau CTV?

M. Hunter: J'aimerais parfois qu'on puisse le faire, mais ce n'est pas le cas. En fait, de nos jours, dans le domaine de la radiodiffusion, cela est pratiquement impossible. Notre situation est différente de celle d'un syndicat industriel. Il est presque impossible d'empêcher un émetteur de diffuser. En cas de grève, il est impossible d'arrêter la production, puisque toutes les émissions arrivent électroniquement sur les antennes paraboliques. Cela est impossible à arrêter. Même en cas de conflit de travail long et difficile avec une société, nous ne sommes pas en mesure d'arrêter ses activités. Ce n'est pas la même chose qu'arrêter une chaîne de production. Cela n'est pas possible.

M. Hanrahan: Est–ce qu'il y a une différence entre le salaire que l'on verse aux employés de la Société Radio–Canada et à l'ouvrier qui fait exactement le même travail dans le secteur privé?

M. Hunter: Les salaires varient un peu. Lorsque j'ai commencé à travailler dans ce secteur, tout le monde voulait travailler pour la SRC parce que cette société payait bien. Ce n'est plus vraiment le cas de nos jours. La plupart des travailleurs qui sont visés par les conventions collectives du secteur privé dans les grandes villes canadiennes gagnent davantage que ceux qui font un travail comparable à la Société Radio–Canada.

[*Texte*]

That's not the case in small markets. Quite honestly, in a very small market we have quite a struggle trying to bring wages up to a reasonable level. In those cases, if there's a CBC outlet, the wages will generally be higher.

Mr. Hanrahan: That's what you're implying when you say the days of subsidizing the CBC on the backs of the workers are over.

Mr. Hunter: That's right.

• 2000

Mr. Hanrahan: You have gone through a number of examples—the Windsor experiment, desktop radio, automation in various areas and so forth—where CBC is using less money to maintain its present level of production. That being the case, you argue later on that CBC needs more money to maintain its level of operation. There seems to be some contradiction there. Could you explain that?

Mr. Sullivan: I don't think there's any contradiction. The CBC is using the technology as best it can to reduce its costs wherever it can. But that isn't enough to stave off the huge budget deficits the CBC faces in the next two years. Even with all of the technological innovations we can come up with, with all of the best practices anybody can come up with and with cutting some services, they're still going to be $60 million short, and $60 million is an awful lot of the CBC. I don't know the costs of various segments of the CBC, but $60 million is probably the entire CBC Stereo Network, if you wanted to put it in terms of an amount.

Mr. Hanrahan: Mr. Ianno, knowing how you are so much in request—

The Vice-Chair (Mr. Ianno): Do you have a last point?

Mr. Hanrahan: Yes, I want the last point, thank you very much.

Some hon. members: Oh, oh.

Mr. Hanrahan: That's following a strong tradition here.

You tell us on page 2:

> We are here to stress the CBC's role in nation building. . . It is a role that no other broadcaster in this country is equipped for or prepared to take on. Therefore, we see it as our role to fight to protect both jobs and culture, and to do what we can to make sure that the CBC remains healthy to tell Canadians about each other.

That is a very noble and worthwhile goal. Can you explain to me, though, with regard to sports, whether I watch an NHL hockey game on CBC or CTV it is at all changing my Canadian cultural identity?

Mr. Sullivan: One, CTV doesn't reach all Canadians. If CTV has hockey to broadcast, they have to borrow the transmission facilities of the CBC to put it into several regions of Canada.

[*Traduction*]

Cela ne vaut pas pour les petits marchés. Je dois vous dire franchement, que dans les petits marchés, nous avons beaucoup de mal à obtenir des salaires qui soient raisonnables. Par contre, s'il s'agit d'un bureau de la SRC, les salaires sont en général plus élevés.

M. Hanrahan: C'est ce que vous laissez entendre lorsque vous dites que l'époque où on finançait la SRC sur le dos de ses employés est bel et bien révolue.

M. Hunter: C'est vrai.

M. Hanrahan: Vous avez cité un certain nombre d'exemples—l'expérience de Windsor, la radiotique, l'automatisation dans certains secteurs et d'autres—qui indiquent que la Société Radio-Canada réussit à maintenir son niveau de production actuelle en dépensant moins d'argent. Cela étant, vous soutenez par la suite que la Société Radio-Canada a besoin de plus d'argent pour maintenir ses opérations à leur niveau actuel. Il semble exister une contradiction entre ces deux affirmations. Pouvez-vous vous expliquer?

M. Sullivan: Je ne pense pas qu'il y ait de contradiction. La SRC cherche à utiliser la technologie le plus efficacement possible, de façon à réduire ses coûts, là où elle peut le faire. De telles mesures sont toutefois loin de suffire à combler les énormes déficits budgétaires auxquels la SRC devra faire face au cours des deux années qui viennent. Même en utilisant toutes les innovations technologiques possibles, même avec les meilleures méthodes que nous puissions imaginer, même en réduisant certains services, il va encore manquer 60 millions de dollars, et c'est une somme qui représente beaucoup d'argent pour la SRC. Je ne connais pas les dépenses qui correspondent aux diverses composantes de la SRC, mais une somme de 60 millions de dollars représente probablement l'ensemble du réseau stéréo de la Société Radio-Canada, si l'on veut donner une image.

M. Hanrahan: Monsieur Ianno, je sais que vous êtes sollicité de toutes parts. . .

Le vice-président (M. Ianno): Avez-vous un dernier point à soulever?

M. Hanrahan: Oui, je veux le dernier point. Je vous remercie beaucoup.

Des voix: Oh, oh!

M. Hanrahan: Nous suivons une tradition très ancienne ici.

Vous dites à la page 2:

> Nous sommes ici pour souligner le rôle que joue la SRC au chapitre de l'unité nationale. Au pays, aucun autre radiodiffuseur n'est en mesure de jouer un tel rôle ni n'est disposé à le faire. Par conséquent, nous estimons qu'il nous incombe de lutter pour la protection de nos emplois et de notre culture. C'est pourquoi nous ferons l'impossible pour que la SRC demeure en santé et permette aux Canadiens de mieux se connaître les uns les autres.

Voilà un but très noble et très louable. Pourriez-vous néanmoins m'expliquer comment, lorsqu'il s'agit des sports, cela change mon identité culturelle canadienne si je regarde une partie de hockey de la LNH sur le réseau de Radio-Canada ou sur le réseau CTV?

M. Sullivan: Premièrement, le réseau CTV ne rejoint pas tous les Canadiens. Lorsque le réseau CTV veut diffuser une partie de hockey, ils sont obligés d'emprunter les émetteurs de la SRC s'ils veulent transmettre leur émission dans certaines régions du Canada.

[*Text*]

Two, the sports broadcasting of the CBC does a lot to build up a group of people who can produce other things. The technicians who work sports don't work the entire year doing just sports. Those people do a lot of other things they wouldn't be able to do if the CBC didn't produce sports.

Mr. Hanrahan: Is that because of advertising revenue?

Mr. Sullivan: It's not necessarily just because of advertising revenue, but there might be. Since CTV wants to do it, it's probably because of advertising revenue. If CTV wants it that badly, they wouldn't want it if CBC wasn't making money at it. I mean, that's pretty frank. But the CBC generates an awful lot of other things as a result of sports. There are technological innovations that come as a result of sports.

Fibre–optic cabling for the golf remotes that CBC used to do, and that CTV does now, was developed by CBC engineers. Some of the innovations in Olympic telecasting was done first by CBC at the Olympics in 1976 in Montreal. The helicopter cameras and the motorcycle cameras were all developed entirely by the CBC and now have been adopted by other people.

That type of thing can't happen without the infrastructure of a large technological base that comes, in part, as a result of sports broadcasting.

Mr. Hanrahan: But in conclusion—

The Vice–Chair (Mr. Ianno): I'm sorry, we'll have to come back.

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): Welcome, gentlemen. I want to ask you just a few questions. You've raised an interesting perspective on the CBC. You see it from a different angle, obviously, than others from that corporation who have appeared here.

One of the points you made was that dollars are declining within the corporation. I think you mentioned a 16% decrease between 1984 and 1991. What to your knowledge is happening to the other networks or other stations? What's happening with their revenues?

• 2005

Mr. Hunter: It's been tough economic times generally within the broadcast industry. I don't think anyone will deny that. It's certainly coming back, but during the recession when people have to decide where to tighten up business and they have to decide where to cut back, very often they cut back on advertising, so everybody's been hurt.

Mr. Gallaway: It would be reasonable to think that the other people in competition, if I can call it that, with the CBC have also undergone a decrease in revenues, although perhaps not has much.

Mr. Hopper: Not necessarily. I think the other broadcasters, the private sector, have supplemented some of their lost revenues by stopping producing things, by putting on American strip shows, which they can buy very cheaply and

[*Translation*]

Deuxièmement, le service des sports de la SRC permet, par sa seule existence, de constituer un groupe de personnes qui sont capables de produire d'autres types d'émissions. Les techniciens qui travaillent au service des sports n'y travaillent pas exclusivement toute l'année. Ces gens font beaucoup d'autres choses qu'ils ne pourraient pas faire si la SRC ne produisait pas d'émissions sportives.

M. Hanrahan: Est–ce à cause des recettes provenant de la publicité?

M. Sullivan: Ce n'est pas nécessairement à cause des recettes de la publicité, mais cela peut jouer un rôle. Si le réseau CTV veut diffuser ce genre d'activités, c'est sans doute parce que cela rapporte des recettes de publicité. Si le réseau CTV est vraiment intéressé par cela, cela veut dire qu'il ne s'y intéresserait pas si SRC y perdait de l'argent. Cela me paraît assez évident. Mais la SRC réussit, grâce au service des sports, à faire beaucoup de choses. Ce service est à l'origine d'un bon nombre d'innovations technologiques.

Ce sont des ingénieurs de Radio–Canada qui ont introduit les câbles en fibres optiques pour le fonctionnement des caméras télécommandées utilisées pour le golf dont se servait Radio–Canada à l'origine et dont se sert le réseau CTV à l'heure actuelle. C'est la Société Radio–Canada qui a mis au point pour les Jeux Olympiques de 1976 à Montréal certaines innovations que l'on continue à utiliser pour la diffusion des événements olympiques. C'est la SRC qui a la première utilisé les caméras montées sur hélicoptères ou sur motos, technique qui a été largement reprise depuis.

Ce genre d'innovation n'est possible que si l'on dispose d'une large infrastructure technologique dont l'existence découle, en partie, du service de diffusion des sports.

M. Hanrahan: Mais en conclusion. . .

Le vice–président (M. Ianno): Je suis désolé, mais nous reviendrons à vous plus tard.

M. Gallaway (Sarnia—Lambton): Messieurs, bonjour. Je voudrais seulement vous poser quelques questions. Vous avez présenté une perspective intéressante sur les activités de la SRC. Vous considérez la situation d'un point de vue qui diffère, cela est manifeste, de celui des représentants de cette société qui ont comparu ici.

Vous avez mentionné que le budget de la SRC n'a fait que diminuer. Je crois que vous avez parlé d'une diminution de 16 p. 100 entre 1984 et 1991. Quelle est d'après vous la situation des autres réseaux et des autres stations? Comment évoluent leurs recettes?

M. Hunter: D'une façon générale, la situation économique est difficile pour l'industrie de la radiodiffusion. Je ne pense pas que l'on puisse dire le contraire. La situation s'améliore légèrement, mais pendant la récession, lorsqu'il s'agit de réduire les frais et de choisir comment le faire, c'est la plupart du temps la publicité qui est touchée, de sorte que dans notre secteur cela fait mal.

M. Gallaway: Est–il raisonnable de penser que les concurrents, si je peux les appeler ainsi, de la SRC ont également enregistré une baisse de recettes, même si cette baisse a été moins forte.

M. Hopper: Pas nécessairement. Je pense que les autres radiodiffuseurs, ceux du secteur privé, ont compensé en partie la diminution de leurs recettes en cessant de produire certaines émissions, en diffusant des émissions américaines de seconde

[*Texte*]

make large advertising gains on. They have supplemented their loss on the back of Canadian content primarily in a lot of these places. Of course in their licence renewals, if you follow some of those, you will see that many of them have not come anywhere near the goals and promises they made in those private sector licences. Revenues may have gone down, but their actual profits have not gone down, because they've just stopped producing things that cost a lot of money.

Mr. Hunter: The private sector has also been closing television stations. We have just seen the loss of a television station in Saint John, New Brunswick as a result of a global move to take over CHSJ from the Irvings. We're seeing the closure, I would think in the next few weeks, of stations in Sydney and Moncton, because CHUM his going to be doing all the broadcasting out of Halifax. Their money has been a little tight there, but they're pretty aggressive in the way they have been dealing with that too. For the most part the communities have suffered and will suffer as a result of it.

Mr. Gallaway: Do you think the CBC should be immune from these types of market forces? It is in the marketplace competing for advertising dollars.

Mr. Hopper: I think, first, the CBC has not been immune. In fact, since 1985 the CBC has—

Mr. Gallaway: I'm asking about the future.

Mr. Hopper: I'm not sure they've been immune. Whether they should be immune in the future. . .the fact is that CBC, we believe, has taken more of a shot than anyone else, including the private sector. As a result, the CBC is in jeopardy of not being able to deliver the mandate that Parliament has decided should be the mandate for the CBC. They're so close to the line now that any further cuts would require a complete removal of the CBC from some areas, and that's just not what a national broadcaster would envision.

Mr. Gallaway: That's my next question. How would you change the CBC mandate? You are telling me that the CBC should be a national broadcaster. What is a national broadcaster?

Mr. Hopper: First, I wouldn't change the mandate. I believe the CBC is supposed to reflect not only the national perspective to other places, but the regional perspectives from one region to another, so I wouldn't change the mandate. I think that's the appropriate mandate for the broadcaster. It was changed just recently, not particularly to change that aspect of the mandate.

I believe the national broadcaster should be just that, coast to coast, sea to sea to sea, and the CBC is the only broadcaster that fills that mandate in any role.

Mr. Gallaway: You talk about the Windsor experiment. I live in an area where I receive Canadian stations, CKCO out of Kitchener, CFPL out of London and, I believe, CBET out of Windsor. You made a comment about the fact that you now

[*Traduction*]

qualité, qui ne leur coûtent presque rien mais qui leur permettent d'obtenir des recettes de publicité importantes. Ces réseaux ont, pour la plupart, compensé leurs pertes au détriment du principe du contenu canadien. Lorsque vient le temps de renouveler leurs permis, si vous suivez ces audiences, vous constaterez que la plupart d'entre eux sont loin d'avoir respecté les promesses et les objectifs qui figurent dans leurs permis de diffusion. Il est vrai que les recettes ont baissé mais leurs bénéfices n'ont pas baissé, eux, parce qu'il ont tout simplement arrêté de produire les émissions qui leur coûtaient trop cher.

M. Hunter: Il y a également eu des fermetures de stations de télévision dans le secteur privé. On vient d'annoncer la fermeture d'une station de télévision à Saint John, au Nouveau–Brunswick, dans le cadre de la prise de contrôle de CHSJ qui appartenait aux Irving. Je crois que dans quelques semaines, certaines stations de Sydney et de Moncton vont fermer, parce que CHUM va faire toute sa radiodiffusion à partir de Halifax. Ils ont eu certains problèmes d'argent, mais ils ont réagi à la situation de façon assez agressive. Dans l'ensemble, certaines communautés ont déjà souffert et souffriront encore à cause de tout cela.

M. Gallaway: Pensez–vous que la Société Radio–Canada devrait être à l'abri de ces forces du marché? Elle cherche comme les autres à se procurer des recettes de publicité.

M. Hopper: Je dirai tout d'abord que la SRC n'a pas été à l'abri de ces forces. En fait, depuis 1985, la SRC a. . .

M. Gallaway: Je parle du futur.

M. Hopper: Je ne pense pas qu'elle a été à l'abri. Quant à savoir si elle devrait l'être à l'avenir. . . le fait est que d'après nous, la SRC a beaucoup plus souffert que les autres, y compris ceux du secteur privé. Il en résulte que la SRC risque de ne pouvoir remplir la mission que le Parlement a décidé de lui confier. Les budgets sont tellement étirés que si l'on introduisait d'autres coupures, il faudrait supprimer carrément certains services qu'offre la SRC dans une région, et ce n'est pas ce que devrait faire un radiodiffuseur national.

M. Gallaway: Cela m'amène à ma prochaine question. Comment changeriez–vous la mission qui a été confiée à la SRC? Vous me dites que la SRC devrait être un radiodiffuseur national. Qu'est–ce qu'un radiodiffuseur national?

M. Hopper: Tout d'abord, je ne changerais pas sa mission. Je pense que la Société Radio–Canada est chargée non seulement de faire connaître à toutes les régions un point de vue national mais également de diffuser dans les régions les points de vue des autres régions, et c'est pourquoi je ne modifierais pas cette mission. Je pense que c'est bien ce que doit faire ce radiodiffuseur. Sa mission a été récemment modifiée, mais sans que l'on touche à cet aspect de ses activités.

Je pense qu'un radiodiffuseur national devrait être comme son nom l'indique, une entreprise qui diffuse d'une côte à l'autre, dans le territoire délimité par les trois océans, et la SRC est le seul radiodiffuseur qui puisse exécuter une telle mission.

M. Gallaway: Vous avez parlé de l'expérience de Windsor. J'habite dans un secteur où je reçois des stations canadiennes, CKCO de Kitchener, CFPL de London et, je crois, CBET de Windsor. Vous avez dit qu'il y a maintenant des gens qui

[*Text*]

have people going out with a camera. In fact, the cameraman and the journalist do everything. It seems strange to me that CTV and the CBC affiliate have been doing this for a long time. How is this an experiment within CBC when it's actually what would appear to be the norm within the industry?

Mr. Hunter: It's not a norm within the industry. I think certainly CTV doesn't do it that way. There's no question that they don't. We represent the camera people and the reporters, and they don't work like that.

Mr. Gallaway: I only know that the CTV reporter who is stationed in my community works all by himself. I know that the CBC affiliate, CFPL, works all by himself. I'm wondering how this is an experiment in Windsor, which is a comparable station.

Mr. Sullivan: I'm not aware of the practices at CFPL. We do not represent those people, and it's no longer a CBC affiliate; it's a Baton station. CKCO had two reporters, one in Sarnia, one in Chatham who were on their own, but they weren't producing a newscast at Sarnia or Chatham. They were doing the odd feed into those stations when news might have happened in their location, and if they needed help they got it. Now, that's not been the case at CBC. CBC has never attempted to produce a newscast using, not exclusively but certainly the majority of, information from people who are out there trying to do it with only one person. It's proven to be very difficult to maintain the journalistic integrity that CBC is trying very hard to uphold through all of this.

[*Translation*]

partent seuls avec une caméra. En fait, le caméraman et le journaliste ne font qu'un. Il me semble étrange que le réseau CTV et les stations affiliées de Radio–Canada fassent cela depuis longtemps déjà. Comment peut–on parler d'expérience ou de projet pilote au sein de la SRC, alors que cette façon de faire semble être la norme dans l'industrie?

M. Hunter: Ce n'est pas la norme dans l'industrie. Je ne pense pas que CTV utilise cette technique. Je suis convaincu qu'ils ne le font pas. Nous représentons les caméramen et les journalistes, et ils ne travaillent pas de cette façon.

M. Gallaway: Tout ce que je sais, c'est que le journaliste de CTV de ma localité travaille seul. Je sais que la station affiliée au réseau SRC, CFPL, ne fait appel à personne. Je me demande comment l'on peut parler de projet pilote à Windsor, alors que c'est une station comparable.

M. Sullivan: Je ne sais pas ce qui se passe à CFPL. Nous ne représentons pas ces gens et ce n'est plus une station affiliée du réseau Radio–Canada; c'est une station du réseau Baton. CKCO a deux journalistes, un à Sarnia, un à Chatham, qui était seul, mais il ne produisait pas de bulletins de nouvelles à Sarnia ni à Chatham. Il leur arrivait parfois de rediffuser un bulletin de ces stations lorsque l'événement survenait dans leur secteur, mais ils pouvaient obtenir de l'aide en cas de besoin. Ce n'est pas ce qui se passe dans à Radio–Canada. La SRC n'a jamais essayé de produire un bulletin de nouvelles en s'en remettant, je ne dirais pas exclusivement, mais principalement à l'information de gens qui essaient de travailler seuls dans leurs secteurs. On a constaté qu'il n'était pas facile de maintenir l'intégrité du journalisme, élément que la SRC s'efforce de préserver malgré les circonstances.

• 2010

Mr. Gallaway: What would your comment be—once again, I'm hearing this from people who have vested interests, much like you—to those who are suggesting, in southern Ontario, that the so–called CBC experiment in Windsor is nothing more than the reopening of a Cadillac operation.

Mr. Sullivan: It has a third the staff it had when it closed and I don't know how you get a Cadillac with a third the people.

Mr. Gallaway: Not unless you had three Cadillacs before.

Mr. Sullivan: No, I don't think you had three Cadillacs before. What the CBC has done is, rather than buying a $100,000 edit suite, they've bought a $50,000 digital editing suite, which allows much more to be done. It's the Cadillac of editing suites because it's a computer. It's untried and untested technology, but in fact it's cheaper than its equivalent by the standards now being used by broadcasters if you want to replace it.

The rest of the stuff. . .a Hi8 camera is $3,000 or $6,000, or whatever it is, whereas a Betacam, which the CBC is now using—some of them are hand–me–downs from other centres, but if they were going to go out and buy a camera package now it would be upwards of $60,000. They have bought some but they haven't bought the top of the line of anything. They don't have a microwave truck. They didn't have enough money to put a live–eye truck into Windsor because this is a shoestring

M. Gallaway: Que répondriez–vous à ceux—je dirais là encore que ce sont des gens, un peu comme vous, qui défendent leur intérêt—qui prétendent que dans le sud de l'Ontario, le prétendu projet pilote de la SRC à Windsor n'est en fait que la réouverture d'une station de luxe.

M. Sullivan: Elle utilise le tiers du personnel qu'elle avait au moment de sa fermeture et je ne vois pas comment l'on peut parler de station de luxe lorsqu'il y a un tiers des employés.

M. Gallaway: À moins que ce n'ait été auparavant une station de super luxe.

M. Sullivan: Non, je ne pense pas que cela ait été le cas. En fait, la SRC a choisi d'acheter un centre de montage numérique qui coûte 50 000$ et qui permet de faire beaucoup plus de choses qu'un centre de montage de 100 000$. C'est un centre de montage de luxe parce que c'est un ordinateur. C'est une technologie nouvelle et qui n'a pas encore été testée, mais elle coûte en fait moins cher que si l'on achetait un équipement équivalent conforme aux normes qu'utilisent actuellement les radiodiffuseurs.

Le reste de l'équipement. . . Une caméra Hi8 qui coûte 3 000$ ou 6 000$, alors qu'une Betacam, celle qu'utilise actuellement la SRC—certaines proviennent d'autres centres, mais s'ils voulaient acheter aujourd'hui une caméra avec le périphérique, cela coûterait plus de 60 000$. Ils en ont acheté quelques–unes, mais ils n'ont pas acheté les plus chères. Ils n'ont pas de camion permettant d'utiliser les micro–ondes. Ils n'avaient pas suffisamment d'argent pour donner à Windsor un

[*Texte*]

operation. Everybody in that station is doing almost every job in that station. It's not just camera people who are reporting and reporters who are shooting. The editors are doing every other job in the station. The maintenance people are running audio, the late night editor edits right up until news time and then moves into the studio and switches—those kinds of things. The producers are now the reporters. The line–up editor is the director. All of these things were unheard of, and as a result CBC's got a bare bones operation but they've got a successful, I hope, newscast.

Mr. Discepola (Vaudreuil): If my line of questioning is not from the cultural or heritage side you'll understand. I sit on the finance committee and we're embarking, starting Monday, on coast–to–coast consultations. We also embarked on coast–to–coast consultations in the month of April this spring to hear Canadians' points of view on reforming the GST.

J'ai été très fier de pouvoir y participer dans chaque province. J'ai été très fier de pouvoir recevoir des services en français à travers le Canada. Il y avait toujours une équipe de «reporters» dans chaque province, dans chaque région et ils fournissaient des reportages impeccables. Mais cette fierté de pouvoir recevoir des services dans les deux langues officielles nous a coûté et je vais vous expliquer pourquoi.

We used to hold our hearings at 9 a.m.; we used to complete by about 5 p.m. Private industry would come in around nine o'clock, ten o'clock, get their clips and out they'd go, with a crew of two people. CBC Radio, both English and French, would stay there the whole day with a crew of roughly four people. So I, as a politician, take exception to the threats whenever we suggest cutting budget. The retaliatory remark always is, well, we're going to have to cut service. I've heard that here, I've heard it in other committees, and I think Canadians are trying to deliver us the message and we have to get that message across to you. Canadians will not stand for any more tax increases. We have a deficit crisis, a deficit problem, and we're going to get out of this mess collectively, and not by saying don't touch me. That's all we're hearing so far: yes, we all agree that we have to cut back, but don't touch my group; don't touch my organization.

• 2015

So instead of coming back and saying "If we decrease 8%, we're automatically going to have to cut out some of the remote regions", I ask you to rise to that challenge and say "Why can't I produce a little bit more efficiently with the technology that's available?"

Why can't we become more efficient? Why can't we look at new sources of revenue? Why can't we take a look at contracting out services, for example? Why can't we become more efficient? Why is it that the first retaliatory remark is a threat to a politician because you know it costs him or her votes?

[*Traduction*]

véhicule en liaison directe, parce que c'est un très petit centre. Dans cette station, tout le monde fait à peu près tout. Il n'y a pas seulement le fait que les cameramen font du reportage et que les reporters utilisent les caméras. Les monteurs s'occupent de tout ce qu'il y a à faire dans la station. Les gens de l'entretien se chargent de l'équipement audio, le monteur du soir travaille jusqu'au moment du journal télévisé et passe ensuite au studio et travaille aux moniteurs. Voilà le genre de chose qui se fait. Ce sont maintenant les journalistes qui s'occupent de production. Le secrétaire de rédaction est le directeur. C'est la première fois que l'on travaille de cette façon, et la SRC a monté un centre réduit à l'extrême mais ils vont réussir, je l'espère, à monter un bon journal télévisé.

M. Discepola (Vaudreuil): J'espère que vous m'excuserez si je ne vous pose pas de questions sur les aspects culturels de ces activités. Je fais partie du comité des finances et nous commençons lundi des consultations à l'échelle du pays. Nous avons procédé au même type de consultations au mois d'avril, pour entendre les opinions des Canadiens sur la réforme de la TPS.

I was very proud to be able to visit each province. I was very proud to receive services in French across Canada. In each province and each region, there was a team of reporters and they were producing perfect newscasts. But that pride in being able to receive services in both official languages cost us and I will tell you why.

Nos réunions commençaient habituellement à 9 heures du matin et se terminaient vers 17 heures. Le secteur privé arrivait vers 9 heures ou 10 heures, enregistrait ce qu'il fallait et repartait, tout cela avec deux personnes. Radio–Canada, à la fois le réseau anglais et le réseau français, restait là toute la journée avec une équipe d'environ quatre personnes. C'est pourquoi en tant que député, je n'accepte pas que l'on fasse des menaces chaque fois que l'on propose de réduire un budget. On nous répond toujours que si l'on coupe le budget, il faudra couper dans les services. Je l'ai entendu ici, je l'ai entendu devant d'autres comités, et je pense que les Canadiens essaient de faire passer un message et c'est notre rôle de vous transmettre ce message. Les Canadiens n'accepteront pas que l'on augmente encore les impôts. Nous avons un grave déficit. Nous avons un problème de déficit et nous pourrons nous en sortir tous ensemble et non pas en disant ne me touchez pas. C'est ce qu'on nous dit à chaque fois: oui, nous sommes d'accord pour introduire des coupures mais ne touchez pas à mon groupe; ne touchez pas à mon organisation.

Au lieu de nous dire, «Si nous réduisons le budget de 8 p. 100, nous allons être obligés de supprimer les services dans les régions isolées», je vous demande de faire face à ce défi et de dire, «Pourquoi ne pourrais–je pas travailler de façon un peu plus efficace en utilisant la nouvelle technologie?»

Pourquoi ne pourrait–on pas améliorer la productivité? Pourquoi ne pourrait–on pas chercher d'autres sources de revenus? Pourquoi ne pas examiner la possibilité de sous–traiter les services, par exemple; pourquoi ne pourrions–nous pas être plus productifs? Pourquoi est–ce qu'on réagit toujours en menaçant les députés parce que l'on sait que ça risque de leur faire perdre des votes?

[*Text*]

The message I'm trying to get across is we have a crisis. We have a problem on our hands and we're only going to be able to get out of it collectively.

I don't question the value of the CBC; not at all. I think you play a tremendous role, but I think right now we have to look at all our alternatives. I think you have to rise to the challenge and say you're prepared to do this or this. The question is why should we not cut you, yet go and cut VIA or transportation or other areas? We're not going to get out of the mess if we just say don't touch us.

Mr. Hunter: It's tough to find a question in there, but I must tell you the CBC has been cut. The CBC has been cut since 1978. The CBC has been cut continuously over a long period of time, and it's our view that the CBC has taken more than their fair share of the hit. I'm sure you can do your own research on it, but we believe that very strongly.

You ask why we can't contract out. There is an incredible amount of contracting out that goes on at the CBC right now. You talked about privatization of the CBC; the CBC is half–privatized now. There's an awful lot of private sector involvement in the CBC from day to day right now.

I'm sure there may be other people who would like to comment on that, but the last thing I would like to say with respect to your comment is you say you're going out across the country to hear from Canadians so that Canadians know what you want to do and you can hear how other Canadians feel about how we should deal with the deficit or any other issue the government is trying to deal with.

I am surprised on the one hand that you feel it's sufficient at the end of the day for the private sector to come in and knock off a thirty–second clip and go back and throw it on the six o'clock news. I don't believe that is adequately showing the people of Canada the seriousness of the problem. But if the CBC is prepared to stay there all day and do an in–depth analysis of what's happening on one of their public affairs programs or on CBC Radio, I would think you would appreciate that as a member of Parliament who believes he has a message to get out to the people of Canada.

Mr. Discepola: I didn't always agree with the way they covered the message.

Mr. Hunter: It's difficult to write your own message. That's the fairness of it. I often don't agree very much with what reporters have to say about what I say, either, but I guess we live with that.

The Vice–Chair (Mr. Ianno): John, do you have a short question?

Mr. Cannis (Scarborough Centre): The other day we heard from two private distributers—TVA, I believe, and CTV. One of the things that struck me was the Atlanta Olympics; they mostly centred their presentation on sports. Among the figures they discussed was the $30 million that CBC has bid for the games. They believe it should be around the cost of $20 million, so we're looking at a potential loss of $10 million.

[*Translation*]

J'essaie de faire comprendre à tous que nous sommes en situation de crise. Nous avons un problème et c'est ensemble que nous pouvons nous en sortir.

Je ne conteste pas l'importance de la Société Radio–Canada; loin de là. Je pense que vous faites de l'excellent travail, mais le moment est venu d'envisager d'autres solutions. Il me semble que vous devriez essayer de faire face au défi et dire que vous êtes prêts à faire certaines choses. Pourquoi devrions–nous protéger votre budget et couper dans d'autres secteurs comme VIA Rail ou le transport? Nous n'arriverons jamais à nous en sortir si nous nous contentons de dire ne nous touchez pas.

M. Hunter: Il n'est pas facile de découvrir quelle est la question dans vos propos mais je dois tout de même vous dire que le budget de la SRC a subi des coupures. Cela a commencé en 1978. Cela fait déjà longtemps que l'on pratique systématiquement des coupures dans le budget de la SRC et nous estimons que cette société a largement fait sa part. Je suis sûr que vous pouvez vérifier tout cela vous–même mais nous sommes vraiment convaincus d'avoir déjà fait de gros efforts.

Vous demandez pourquoi ne pas recourir aux sous–traitants. À l'heure actuelle, la SRC sous–traite déjà un grand nombre d'activités. Vous avez parlé de la privatisation de la SRC; la SRC est déjà privatisée à moitié. Le secteur privé participe déjà beaucoup aux activités quotidiennes de la SRC.

Je suis sûr qu'il y a d'autres témoins qui veulent réagir à votre commentaire, mais je voudrais dire une dernière chose à ce sujet. Vous dites que vous visitez les provinces pour entendre ce qu'ont à dire les Canadiens et pour qu'ils savent ce que vous voulez faire et pour que vous puissiez entendre ce que les Canadiens peuvent vous suggérer sur la façon de réduire le déficit ou sur les autres questions auxquelles s'intéresse le gouvernement.

D'un côté, je suis surpris de constater que vous êtes satisfait de voir le secteur privé enregistrer une nouvelle de trente secondes et la diffuser au journal de six heures. Je ne vois pas là un compte rendu approprié de la gravité d'un problème pour les Canadiens. Mais quand la SRC est prête à assister à votre audience toute la journée et à faire une analyse détaillée de la situation dans ses programmes d'affaires publiques ou à la radio, j'aurais pensé qu'en tant que député qui veut transmette un message aux Canadiens, vous seriez reconnaissant du travail que la SRC accomplit.

M. Discepola: Je n'étais pas toujours d'accord avec eux car la façon dont ils formulaient le message.

M. Hunter: Il n'est pas facile d'arriver à écrire soi–même son message. C'est la beauté de la chose. Je ne suis pas toujours tout à fait d'accord avec les journalistes sur la façon dont ils rapportent mes paroles, mais c'est la vie.

Le vice–président (M. Ianno): John, pouvez–vous poser rapidement une question?

M. Cannis (Scarborough–Centre): J'ai entendu dernièrement les commentaires que faisaient deux réseaux privés. . . il s'agissait de TVA et je crois de CTV. Ils ont fait un commentaire au sujet des Jeux Olympiques d'Atlanta qui m'a frappé; ils parlaient principalement de sports. Ils parlaient de chiffres, et notamment de l'offre de 30 millions de dollars qu'avait faite la SRC. Ils pensaient que cela aurait dû coûter environ 20 millions, nous risquons donc de perdre une somme de 10 millions de dollars.

[*Texte*]

TVA suggested restricting competition, CTV suggested there should be no competition, and somewhere in between somebody mentioned having a watchdog type of organization. I look at this and say okay, we're going to deliver a world event. It's going to generate revenue, hopefully, that can be applied. Some innovative techniques were developed as a result of the Montreal Olympics and I'm sure by using those techniques and marketing those skills we could deliver a better, much more cost–effective product.

Does it make sense, first of all, to the taxpayer? Where I'm also coming from is as a fan. Today I've heard so many disgruntled people saying we don't have a hockey game on the tube and baseball's not there. Let's be honest; it all trickles down to the fan. If the networks go out there and bid their heads off, somebody's going to pay the price.

I don't blame the professional athletes for demanding more, because they know the kinds of dollars that are being generated. Can we find some cooperation, or do we just throw a number out there and say "We'll give you $40 million"? No matter how much we lose, the taxpayer somehow is going to come to our rescue.

[*Traduction*]

TVA proposait de restreindre la concurrence, CTV de l'abolir et un autre proposait une solution médiane qui consisterait à mettre sur pied un organisme de surveillance. Je regarde tout cela et je me dis fort bien, nous allons diffuser un événement mondial. Cela va générer des recettes, on l'espère du moins, qui seront fort utiles. On a mis au point, grâce aux Jeux Olympiques de Montréal, de nouvelles techniques et je suis convaincu qu'en utilisant ces techniques et en proposant notre savoir–faire, l'on pourrait fabriquer un produit à la fois meilleur et à moindres coûts.

Qu'en pense d'abord le contribuable? Je réagis également comme un amateur de sport. Il y a beaucoup de gens qui de nos jours se plaignent qu'il n'y ait pas de hockey ni de base–ball à la télévision. Soyons francs; c'est toujours les amateurs de sports qui payent. Si les réseaux font des offres trop généreuses, il faut bien que quelqu'un paye en fin de compte.

Je ne critique pas les athlètes professionnels qui demandent beaucoup d'argent, parce qu'ils savent les sommes que font gagner le sport. Ne pourrions–nous pas nous concerter ou devons–nous simplement penser à un chiffre et dire «Nous allons vous donner 40 millions de dollars»? Quel que soit le montant de nos pertes, le contribuable viendra à notre rescousse.

• 2020

Mr. Hopper: Let me say that I'm more of a hockey strike fan than a baseball strike fan, but I miss them both.

Having said that, we don't represent the people who make programming decisions at the CBC. You had a chance to talk to them, I know. You'll have a chance to talk to some of them later on.

I can tell you that we represent the sales staff at the CBC. The projections for the Atlanta Olympics show that they are going to make money on the Atlanta Olympics, but it's a question of who you believe, because of course CTV clearly says they can't.

The sales department at the CBC, and the sales people who we represent, are quite adamant about the fact that there is enough time in that Olympics and there will be enough demand for that programming such that they feel quite confident that they'll not only recover the cost, but they'll make money on that Olympics. That may well be the reason why another network would have preferred to have them.

Mme Gagnon (Québec): On a eu beaucoup de suggestions de la part des intervenants depuis le début de la séance. Il y en a deux pour lesquelles j'aimerais poser une question.

On a eu la suggestion que Radio–Canada se retire de la couverture des émissions sportives. Quel impact cela aurait–il sur vos membres? Est–ce qu'il y aurait une réduction de personnel? Qu'est–ce qu'il y aurait comme impact?

D'autre part, il y a 22 millions de dollars d'investis dans le service d'ingénierie, dans la recherche et le développement. Ne croyez–vous pas que cette recherche et ce développement devraient relever du secteur privé plutôt que ce soit Radio–Canada qui supervise ce secteur de l'activité? Il y aurait certainement un impact sur vos membres.

M. Hopper: Je vous signale que je préfère les grèves dans le secteur du hockey à celles dans le secteur du base–ball. Mais les deux me manquent.

Cela dit, nous ne représentons pas les personnes qui prennent les décisions en matière de programmation à la SRC. Vous avez eu, je le sais, l'occasion de leur parler. Vous aurez l'occasion de parler à certaines d'entre elles plus tard.

Par contre, nous représentons les employés des services commerciaux de la SRC. D'après les prévisions, les Jeux Olympiques d'Atlanta vont rapporter de l'argent à la Société. Mais cela dépend de qui vous croyez, car CTV prétend évidemment que c'est impossible.

Les services commerciaux de la SRC et les employés de ce service que nous représentons sont convaincus que l'on consacrera suffisamment de temps à ces jeux olympiques et que la demande sera suffisante pour ces émissions pour non seulement rentrer dans ses frais mais aussi faire des bénéfices. C'est peut–être la raison pour laquelle un autre réseau aurait préféré avoir le contrat.

Ms Gagnon (Québec): There have been many suggestions made by the witnesses since the beginning of this sitting. There are two suggestions on which I would like to ask a question.

There was the suggestion that the CBC should withdraw from the coverage of sports broadcasts. What impact would it have on your members? Would there be the staff reduction? What would the impact be like?

On the other hand, there are 22 million dollars invested in the engineering headquarters, in research and development. Don't you think that that R and D should come from the private sector rather than having the CBC oversee that area? It would certainly have an impact on your members.

[*Text*]

Est–ce que vous pouvez répondre à mes questions?

Mr. Sullivan: If the CBC were entirely out of sports it would have a devastating effect on a large number of our members, and members in Quebec as well. There's quite a wide variety of sports done by CBC, both amateur and professional. It's a large chunk of the year for a lot of people. As a result of it being a chunk of the year, if they don't do that and there's nothing to fill the void, they don't have a job. Without a job, what they did in the intervening period of time—this may have been paid for by the revenue of sports, I don't know—goes away as well. You're hitting twice if sports is as much a part of what the CBC is.

I have a philosophical notion about sports broadcasting at CBC: it's part of Canadian culture; it's part of what Canada is. If the CBC is supposed to be part of what Canada is by reflecting it to everybody else, then the CBC should be as involved in sports as anyone else.

It happens that it's very profitable these days. It wasn't always so. However, it's currently fairly profitable so there are other people who are pounding on the door saying they want to do that. They don't want somebody else to do it because they want to do it.

Giving the sports broadcasting of the CBC to somebody else would have a devastating effect on our members. There's no question about that. It would affect members in Quebec as well.

Do you want to answer the second question?

A witness: What was the second question again?

Mr. Sullivan: Closing the EHQ.

Mme Gagnon: Pour ce service, la Coalition pour la défense des services français de Radio–Canada. . .

Mr. Sullivan: I couldn't tell you how cost–effective EHQ—the engineering headquarters—is in terms of what it provides for the CBC. They're in Montreal. We don't have direct involvement with their people as much as we would with people in the rest of Canada.

However, the developments that have come out of CBC's engineering headquarters and the broadcast standards that have been created were created not just for the CBC, but for all broadcasters. CBC's engineering headquarters is working hand in glove with the Department of Communications in setting high–definition television standards for Canada.

Who would take on that role if it were not for the fact that there is an organization like the CBC with broadcast engineers who can study and report on that part of what's going to change the face of television in Canada? They have maintained a standard of excellence at the CBC that has come under attack recently because maybe it's too good a signal for the Canadian people and it costs money to produce such a good quality signal.

I don't know the ins and outs and the details of how the engineering department could be carved up. I don't believe it could because they do stuff that nobody in the private sector would want to take on. There is no money in it.

[*Translation*]

Can you answer my questions?

M. Sullivan: Si la SRC se retirait complètement des émissions sportives, cela aurait des conséquences catastrophiques pour un grand nombre de nos membres, ainsi que pour ceux du Québec. La Société diffuse des émissions sur toute une série de sports, amateurs et professionnels. Cela représente pour beaucoup une bonne partie du travail de l'année et par conséquent, ces personnes perdront leur emploi si on supprime les sports et si l'on n'a rien à mettre à la place. Si ces gens–là perdent leur emploi, ce qu'ils faisaient entre temps—et cela peut être des émissions grâce aux recettes des émissions sportives, je ne sais pas—disparaît également. Compte tenu de la place qu'occupent les sports à la SRC, l'impact serait double.

Je trouve que les émissions sportives à la SRC font partie de la culture canadienne, qu'elles font partie intrinsèque du Canada. Si la SRC est censée donner à tout le monde un reflet du Canada, il faut qu'elle diffuse autant d'émissions sportives que tous les autres radiodiffuseurs.

Il se fait qu'à l'heure actuelle, les émissions sportives sont très rentables. Cela n'a pas toujours été le cas. Cependant, elles sont actuellement assez rentables pour que ce marché soit convoité par d'autres. Certains ne veulent pas que d'autres les diffusent parce qu'ils veulent le faire eux–mêmes.

Si l'on confiait la radiodiffusion des sports à quelqu'un d'autre que Radio–Canada, cela aurait des répercussions tragiques pour nos membres. Cela ne fait aucun doute. Une telle décision toucherait également les membres du Québec.

Voulez–vous répondre à la deuxième question?

Un témoin: Pouvez–vous me rappeler quelle était la deuxième question?

M. Sullivan: Elle porte sur la fermeture du service d'ingénierie.

Ms Gagnon: At these headquarters, the "Coalition pour la défense des services français de Radio–Canada". . .

M. Sullivan: Je suis incapable de vous dire si le service d'ingénierie est rentable pour la SRC. Il se trouve à Montréal. Nous n'avons pas des contacts aussi directs avec les membres de ce service qu'avec les employés des autres régions du Canada.

Cependant, les choses qui ont été mises au point par le service d'ingénierie de la SRC et les normes sur la radiodiffusion qui ont été établies ne servent pas uniquement à la Société, mais à tous les radiodiffuseurs. Le service d'ingénierie établit de concert avec le ministère des Communications les normes s'appliquant à la télévision haute définition pour tout le pays.

Qui jouerait ce rôle si ce n'est un organisme comme la SRC qui a des ingénieurs en radiodiffusion capables d'étudier les nouveautés qui vont révolutionner la télévision au Canada et de faire des rapports à ce sujet? La SRC a maintenu une qualité insurpassable qui a été dernièrement la cible d'attaques parce qu'il s'agit peut–être d'un signal qui est trop bon pour les Canadiens et parce que cela coûte cher de produire un signal de cette qualité.

Je ne sais pas au juste comment on pourrait sabrer dans le service d'ingénierie. Je ne crois que ce soit possible, parce qu'il fait des choses qu'aucune entreprise privée ne veut faire. Ce n'est pas lucratif.

[*Texte*] [*Traduction*]

• 2025

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I have a series of questions again. On page 2 of the CUPE brief it asks:

> How do we marshal and deliver enough Canadian resources to create Canadian programming to maintain our predominant space in this world? What role will the CBC and other public broadcasters play in the production and broadcast. . .?

I believe the market takes care of what people want and I think the marketplace has a role to play as we look at how to resolve some of the difficulties with the CBC. CUPE may want to comment on that because a couple of questions come out of it.

In the first paragraph on page 2 of the NABET submission it says:

> It is a role that no other broadcaster in this country is equipped for or prepared to take on.

I find that rather a large statement, How do you know that? That is the first thing I wanted to ask.

Second, on page 4 you say:

> The experiment will permit the CBC to fully utilize this technology so that both union and management can see what they can do.

I don't have any idea what you mean by that. I'd also like to know how much this experiment is costing. This is desktop radio.

Finally, on page 2 you say "CTV wants a monopoly on network sports profits". Is it only CTV? Would it be fair to say that there are others in the broadcasting industry who also might want to have a crack at sports broadcasting? I think that is a rather large leap to make. I'd like to have your comments on those questions.

Mr. Hunter: I suppose it is a large statement to say that no one else is in a position, is equipped or has the inclination to do the job that CBC does with respect to nation building, but I believe that very strongly. If you look at the role that other Canadian broadcasters have played across the country—they provide a service, there is no question about that—I don't think any of them have a significant commitment to nation building. I don't think they—

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Nation building? This country is falling apart, so I don't believe in nation building as part of the CBC mandate, because they haven't—

Mr. Hunter: Nation holding together—

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Look where we are today. Nation building—what does it really mean? I don't think anybody has a good handle on what that means. To use that continual ideological basis for a discussion about the CBC is not realistic.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): J'ai encore une série de questions à poser. À la page 2 du mémoire du SCFP, on se pose la question suivante:

> Comment rassembler et livrer suffisamment de ressources canadiennes pour créer des émissions canadiennes afin de maintenir notre espace prédominant dans le monde actuel? Quel rôle joueront la SRC et les autres radiodiffuseurs publics dans la production et la radiodiffusion. . .?

Je crois que le marché se charge de répondre aux besoins de la population et qu'il a un rôle à jouer dans la recherche d'une solution à certaines difficultés qui se posent à la SRC. Le SCFP a peut–être des commentaires à faire à ce sujet parce qu'il y a deux ou trois questions qui en découlent.

Au premier paragraphe de la page 2 du mémoire du SNTC, on dit ceci:

> Au pays, aucun autre radiodiffuseur n'est en mesure de jouer un tel rôle ni n'est disposé à le faire.

Je trouve que c'est une affirmation assez générale. Comment le savez–vous? Voilà la première question que je voulais poser.

Ensuite, à la page 5, vous dites ceci:

> L'expérience permettra à la SRC d'utiliser à fond cette technologie: le syndicat et la direction pourront alors voir ce qu'ils peuvent faire.

Je n'ai pas la moindre idée de ce que vous voulez dire par là. J'aimerais aussi savoir combien coûte cette expérience, c'est–à–dire la radiotique.

Enfin, à la page 1, vous affirmez que «le réseau CTV cherche à s'assurer le monopole des profits réalisés grâce à la radiodiffusion d'émissions sportives». Est–ce le seul réseau qui cherche à faire cela? Serait–il juste de dire qu'il y a également d'autres radiodiffuseurs qui voudraient se lancer dans la radiodiffusion d'émissions sportives? Je crois que c'est un grand saut à faire. Je voudrais que vous fassiez des commentaires sur ces questions.

M. Hunter: Je suppose que c'est une affirmation générale que de prétendre que personne d'autre n'est en mesure ou n'est disposé à assumer le rôle que joue la SRC au niveau de l'édification du pays, mais j'en suis fermement convaincu. Quant aux autres radiodiffuseurs canadiens, s'ils fournissent effectivement un service—et cela ne fait aucun doute—, je ne crois pas qu'ils se préoccupent beaucoup de l'édification du pays. Je ne crois pas. . .

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): L'édification du pays? Notre pays est en train de se démembrer et par conséquent je ne crois pas que l'édification du pays doive faire partie du mandat de la SRC, pour la bonne raison que. . .

M. Hunter: Elle est chargée de maintenir l'unité du pays.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Voyez où nous en sommes à l'heure actuelle. Qu'entend–on exactement par «édifier le pays»? À mon avis, personne ne sait exactement ce que cela veut dire. Il n'est pas réaliste de fonder continuellement le débat sur la SRC sur une telle idéologie.

[*Text*]

Mr. Johnson: A lot of discussion has gone on but looking at it from one perspective. I would like to bring another perspective to it, that of the people who are sitting in their livingrooms or bedrooms or wherever they are watching television or listening to radio.

Our concern is that left to marketplace, to the calculator, to all those dollars–and–cents issues, American programming will rule what the viewers see. Right now American programming consists of a lot of violence, commercials and the American viewpoint, but living in Canada I want to hear a Canadian viewpoint, I want to hear a Québécois viewpoint, I want to know my brothers and sisters in Quebec. I want to feel the *fierté* that they feel in Québec. I'm not going to get that on a U.S. satellite broadcast.

[*Translation*]

M. Johnson: On en a beaucoup discuté, mais d'un seul point de vue. Je voudrais apporter une autre perspective, celle des gens qui regardent la télévision ou écoutent la radio dans leur salon ou dans leur chambre à coucher.

Ce que nous craignons, c'est que si nous laissons agir les forces du marché, si nous laissons les questions d'argent dominer ce secteur, les émissions américaines s'imposeront aux téléspectateurs. Pour le moment, les émissions américaines se composent d'un grand nombre de scènes de violence, d'annonces commerciales et elles reflètent la perspective américaine, mais comme je vis au Canada, je tiens à entendre un point de vue canadien, un point de vue québécois, je tiens à faire la connaissance de mes frères et soeurs du Québec. Je tiens à ressentir le sentiment de fierté qu'ont les Québécois. Ce n'est pas une émission américaine diffusée par satellite qui me permettra d'y arriver.

• 2030

Pour moi, il est vraiment important de connaître le but des discussions politiques dans la province de Québec; pour moi, c'est absolument le rôle de Radio–Canada, à savoir de faire connaître à l'extérieur du Québec, les besoins du Québec, les rêves du Québec, etc. C'est la même chose,

and it's the same thing in English Canada. I want to know what the Government of Canada is doing. I want to know what's happening in the world, from a Canadian viewpoint. I don't want to hear a CNN viewpoint. I don't want to hear a Washington viewpoint. I want to hear a Canadian viewpoint, whether that's in Somalia or anywhere else.

CBC delivers that. We recognize that it's expensive and we have paid a price over the last decade of trying to find ways to be more efficient and rise to the issue. We have an expression we've used in front of the CRTC many times, that we will rise out of the ashes and we will come back and produce good meaningful Canadian programming. That's what this issue is all about.

We at CBC believe and feel in our hearts that we want to get good programming out there whatever the range—drama, arts, culture—on the full culture and the multicultural dimension of Canada, not just the stereotypes that we see pumped in and will be pumped in even more with the American direct satellites. I think that's a critical point in keeping what we believe is who we are, as the people of this vast nation aware, concerned and in touch with our lives. That's difficult for me.

The Vice–Chair (Mr. Ianno): Mr. Johnson, thank you very much.

Sorry, Jan, I have one discretionary point here and I'm using it. Simon.

Mr. de Jong (Regina—Qu'Appelle): Let me try to get a different viewpoint on all this, particularly from the opposition benches.

I agree with you that just market forces isn't sane when it comes to Canadian cultural identity. The CBC is in that strange position of where it's a public agency and yet it's sent out there to compete in the private sector; so in some ways there are

As far as I'm concerned, it is really important to know the purpose of political discussions in the province of Quebec; to me, it is absolutely the role of CBC, namely to make people outside Quebec aware of the needs of Quebec, the dreams of Quebec, etc..

C'est la même chose au Canada anglais. Je tiens à savoir ce que fait le gouvernement du Canada. Je tiens à savoir ce qui se passe dans le monde, selon une perspective canadienne. Je ne veux pas entendre le point de vue de CNN. Je ne veux pas entendre celui de Washington. Je veux un point de vue canadien sur ce qui se passe en Somalie ou ailleurs.

La SRC nous donne ce point de vue. Nous admettons que c'est coûteux et au cours des dix dernières années, nous avons payé un certain prix pour essayer de trouver des moyens d'être plus efficace et de régler le problème. Il y a une expression que nous avons employée maintes fois devant le CRTC, à savoir que nous renaîtrons de nos cendres et que nous produirons à nouveau de bonnes émissions canadiennes intéressantes. Voilà l'enjeu.

À la SRC, nous avons le sentiment de vouloir produire de bonnes émissions—dramatiques, artistiques, culturelles—sur toute la culture et la dimension multiculturelle du Canada, et ne pas se contenter des stéréotypes que l'on nous sert et que l'on nous servira encore davantage grâce aux satellites directs américains. C'est à mon sens essentiel pour garder l'identité que nous pensons avoir. En tant qu'habitants de ce vaste pays qui sont conscients de leur identité et qui veulent la défendre, qui veulent rester en contact avec eux–mêmes. C'est difficile pour moi.

Le vice–président (M. Ianno): Merci beaucoup, monsieur Johnson.

Je regrette Jan, mais j'ai carte blanche et j'en profite. Simon.

M. de Jong (Regina—Qu'Appelle): Je vais essayer d'apporter un point de vue différent au débat, surtout le point de vue des membres de l'opposition.

Je vous concède qu'il n'est pas bon de laisser seulement agir les forces du marché lorsqu'il s'agit de l'identité culturelle canadienne. La SRC se trouve dans une situation étrange: elle est un organisme public qui doit pourtant être concurrentiel

[*Texte*]

demands on it that it act like it's in the marketplace. So it's important to have proper, sound financial statements, that it shows some profit, that it be able to attract audiences, because if it doesn't do that it is criticized for only catering to a small elite.

Yet, on the other hand, we hear so often the private sector saying the CBC should get out of sports, should get out of really all those activities that draw large audiences and that it should enter into an area where it really just caters to smaller audiences. So there are all these contradictory positions that we're hearing in this committee.

One of the other areas that bothers me is the CBC claims it has to be able to make some business decisions and therefore it shouldn't be compelled to disclose in public things like bidding on the Olympics; yet it is also a public institution.

Do you feel the CBC should make its financial position more public? Should it be out in the open more?

We also heard from the Canadian Conference of the Arts, their suggestions on different ways the CBC could save money. They suggested, for example, that the CBC should terminate its relationship with the affiliates. I'd especially like to hear from NABET, where you represent both private sector and the public sector so you're seeing it from both points of view. What affect would that have?

• 2035

The third point is that we've heard from producers and they're complaining that the CBC in Toronto is getting actively involved in production facilities in order to make money. Again, you understand the rationale from within the corporation, that with government cut–backs they're trying to generate income in order to support the institution.

Yet, running against them are the private people who are involved in production facilities. I'm sure NABET has members on both sides of that.

I'd like to hear from you what you feel the CBC role should be in this. Should it be out there entirely participating in market forces, or because of its mandate is it more than just market forces? In some areas should it just retreat and leave it to the private sector? The private sector also plays an important part.

Production facilities are important in Toronto. It's important that not be just tied into the CBC, that the CBC should not have a monopoly over production facilities.

So these are my thoughts and questions about the CBC and the role it plays in the cultural community.

Mr. Hunter: I'll try to answer a couple of those questions. First, with respect to the affiliates, I think situations vary town to town. We recently supported CHUM's application to have their Barrie station disaffiliate from the CBC. CBC didn't oppose it either. It seemed to be an amicable arrangement either way. We did that primarily because CHUM said that if they couldn't get the increased revenue by breaking away from the CBC, going on their own, and tying closer to CITY–TV in

[*Traduction*]

dans le secteur privé; d'une certaine façon, la Société est donc obligée d'agir comme si elle était sur le marché. Il est donc important que sa situation financière soit saine, qu'elle fasse des bénéfices, qu'elle puisse attirer des auditoires, sinon on lui reproche de s'adresser à une petite élite.

Par contre, on entend souvent des entreprises privées affirmer que la SRC devrait cesser de diffuser des émissions sportives, qu'elle devrait abandonner toutes les activités qui attirent les foules et qu'elle devrait se contenter de s'adresser à des auditoires restreints. Le comité a donc entendu toutes sortes d'avis contradictoires.

Une autre question qui me préoccupe, c'est que la SRC prétend qu'elle doit avoir la possibilité de prendre des décisions commerciales et qu'il ne faut par conséquent pas l'obliger à révéler publiquement des informations comme le montant de sa soumission pour les Jeux olympiques; c'est pourtant bel et bien également une institution publique.

Estimez–vous que la SRC doit davantage divulguer publiquement sa situation financière? Doit–elle être plus transparente?

Les représentants de la Conférence canadienne des arts ont également suggéré divers moyens pour la SRC d'économiser de l'argent. Ils ont dit par exemple que la Société devrait mettre un terme à ses relations avec les stations affiliées. Je voudrais surtout connaître l'avis du SNTC, qui représente à la fois le secteur privé et le secteur public et qui représente donc les deux points de vue. Quel effet est–ce que cela aurait?

Nous avons également entendu le témoignage des producteurs et ils se plaignent du fait que la SRC à Toronto joue un rôle actif au niveau de la production dans le but de gagner de l'argent. On comprend bien le raisonnement des responsables de la SRC: étant donné les compressions budgétaires imposées par le gouvernement, ils essaient d'avoir des revenus pour financer les activités de l'institution.

Pourtant, la Société a comme concurrents des particuliers qui travaillent dans des studios de production. Je suis certain que le SNTC a des membres dans les deux camps.

J'aimerais que vous nous disiez quel rôle la SRC devrait jouer, d'après vous. Ses activités devraient–elles être entièrement guidées par les forces du marché ou ne devrait–elle pas s'arrêter là, à cause de son mandat? Devrait–elle purement et simplement s'abstenir d'intervenir dans certains secteurs et laisser la voie libre au secteur privé? Celui–ci joue également un rôle important.

Les studios de production de Toronto sont importants. Il importe qu'ils ne soient pas entièrement dominés par la SRC, d'éviter que celle–ci ne détienne un monopole dans ce secteur.

Voilà donc quelles sont les réflexions que je me fais et les questions que je me pose sur la SRC et le rôle qu'elle joue sur le plan culturel.

M. Hunter: Je vais essayer de répondre à deux de ces questions. Tout d'abord, en ce qui concerne les stations affiliées, je crois que la situation varie d'une ville à l'autre. Dernièrement, nous avons appuyé la demande de désaffiliation de la station de Barrie présentée par CHUM. La SRC ne s'y est pas opposée non plus. De toute apparence, cela s'est fait à l'amiable. Si nous avons appuyé la demande de CHUM, c'est surtout parce que cette société a expliqué que si elle n'arrivait

[*Text*]

Toronto, they saw a fairly significant reduction in jobs in Barrie. We felt it was important for that station to be able to continue producing programming, and we supported that.

I think we would look at it on a case–by–case basis. We don't have a particular policy saying they should or shouldn't get out of being affiliates. I know that some affiliates are very happy with that affiliation and would love to keep it. Everybody is always jockeying as to the way the contract reads, I'm sure. We don't have a particular blanket position on it.

I'd like to talk very briefly about the issue of people being concerned because they believe that the CBC is getting back into production. The television industry in general stepped back from production a few years ago. They were encouraged to do that by the CRTC and by the way Telefilm funding worked for a whole lot of reasons. One of the reasons was because we really had to build a good, solid, healthy independent production industry. It's true we represent people who work in that industry.

That has happened and we do have a good, healthy production industry that is producing a lot of programming right now. However, I'm a little bit concerned at this point that they seem to believe it's their God–given right to continue to do that. I'm happy to see the CBC and private television getting back into production.

We took the biggest part of the hit for television stations in the private sector getting out of production, but we all took a big hit when the CBC got out of production because of the fact that they simply didn't need the people to do that work, because television, as we all know, is fairly labour intensive.

So I would encourage the CBC and other television stations to get back into production. I think it would increase work for our people. Now that it's healthy, let's keep it going.

Mr. Hopper: One of the concerns, of course, about some of the production that's going on in the private sector is that although it's being done in Canada, it's not necessarily Canadian. There's a series being shot in Toronto where Toronto is supposed to be Detroit. In Vancouver, series are constantly being shot for television by private Canadian production companies that have nothing to do with Canadian content. In fact, they are simply American programs being shot here because of the cheaper dollar. So that's not necessarily helping Canadians. It's providing some jobs, no question about that, and it's providing some expertise, although I can tell you that a lot of the people who work on those productions were originally trained at the CBC when it was doing a lot more production.

• 2040

With regard to your question about the finances, it's our opinion that for the most part the finances of the CBC are rather public.

[*Translation*]

pas à augmenter ses recettes en rompant le lien qu'elle avait avec la SRC, à être indépendante et à établir des liens plus étroits avec CITY–TV de Toronto, un nombre assez important d'emplois disparaîtraient de Barrie. Nous avons jugé important que cette station puisse continuer à produire des émissions et nous avons donc appuyé sa demande.

Je crois qu'il faut examiner les cas un à un. Nous n'avons pas établi de politique prônant la désaffiliation ou le maintien de la situation actuelle. Je sais que certaines stations affiliées sont très satisfaites de cette affiliation et qu'elles souhaiteraient que celle–ci soit maintenue. Je suis certain que cela dépend de la nature du contrat. Nous n'avons pas adopté une position globale systématique à ce sujet.

Je vais dire deux ou trois mots au sujet de l'inquiétude suscitée par le retour de la SRC dans la production. D'une manière générale, l'industrie de la télévision s'était retirée de la production il y a quelques années. Elle avait été encouragée à le faire par le CRTC et par le mode de financement adopté par Téléfilm, et ce, pour toute une série de raisons, et notamment parce qu'il fallait une industrie de la production solide, efficace, rentable et indépendante. Il est vrai que nous représentons des gens qui travaillent dans ce secteur.

Nous avons effectivement maintenant une industrie de la production solide et efficace, qui produit beaucoup d'émissions. Par contre, le fait que ce secteur estime que c'est un droit divin me dérange un peu. Je suis content de voir la SRC et la télévision privée faire un retour dans la production.

C'est lorsque les stations de télévision privées se sont retirées de la production que nous avons subi le coup le plus dur, mais nous avons également eu un gros choc lorsque la SRC a fait de même, parce qu'elle n'avait plus besoin de gens pour faire ce travail; en effet, personne n'ignore que la télévision est une industrie à assez forte proportion de main–d'oeuvre.

Par conséquent, j'encourage la SRC et les autres stations de télévision à se lancer à nouveau dans la production. Je crois que cela donnerait plus de travail aux gens que nous représentons. Aujourd'hui, le secteur est dynamique et il faut maintenir l'élan.

M. Hopper: Le problème avec une partie de la production privée qui se fait au Canada, c'est évidemment qu'elle n'est pas nécessairement canadienne. On est actuellement en train de tourner à Toronto une série qui est censée se dérouler à Détroit. À Vancouver, il y a constamment des séries télévisées n'ayant rien à voir avec un contenu canadien qui sont tournées par des sociétés de production canadiennes. En fait, il s'agit d'émissions américaines que l'on tourne au Canada parce que cela coûte moins cher grâce au taux de change. Cela n'aide donc pas nécessairement les Canadiens. Cela crée quelques emplois, c'est incontestable et cela permet également d'acquérir une certaine expertise, mais je sais très bien que la plupart des personnes qui participent à ces productions ont été formées à la SRC, à l'époque où celle–ci produisait beaucoup plus d'émissions.

En ce qui concerne votre question sur les finances, nous pensons que la situation financière de la SRC est, la plupart du temps, divulguée au public.

[*Texte*]

With regard to bidding on sports events, of course, one of the reasons why it's done the way it's done is so that the price can't be driven up by a public bid that people then can assess where they should be with regard to that bid. The idea is that if all the bids are secret, one bids as much as one thinks it's worth, and that becomes the value of the program. To do that in a public way for the CBC could possibly jeopardize even private–sector bids on those programs.

Mr. de Jong: There was one other question about making... In part, you answered it. That's fine, thank you.

The Vice–Chair (Mr. Ianno): I'm just going to ask a couple of questions.

First of all, Mr. Johnson, I'd like to commend you for your dissertation on that last point. I think most Canadians are very supportive of the mandate you described; nevertheless, we do have the difficulty of lack of money. We have to deal with how we do more with the same or with less. All we're trying to do is to find ways where we see overlap.

Maybe the experiment in Windsor is a perfect case in point, where you have one–third of the cost, in effect, producing the same "excellent work", to quote you. Can that experiment then be taken across the country to the other affiliates or sections the CBC has, thereby still using our dollar more effectively, than doing the more programming we're talking about, so that we can have Canadians talking to Canadians in the different ways we do? I think that's what this process is all about.

As well, we've been seeing some of the other interest groups come in and give us their views. One of the questions we have is whether it is true, as stated by the Canadian Film and Television Production Association, that the proportion of non–actuality programming produced independently for the CBC has stalled at 50%, primarily because of CBC labour agreements. Can you explain that to us and what they mean by that?

Mr. Sullivan: Under Mr. Juneau, CBC committed to the independent production sector that it would increase, up to 50%, the independent producers' share of CBC–originated programming. That was the deal he struck with them back in 1981 or 1982, whenever it happened. As a result, the corporation had to renegotiate a whole bunch of labour agreements to reflect that the corporation was no longer going to be doing it in–house and a lot of people were going to lose their jobs as a result. That's what happened.

So for them to now point to that and to say that commitment is some type of barrier is in fact twisting what actually took place. What actually took place was that they had very little, they now have half and they now want all.

The other question you asked was about the Windsor experiment and whether it could be duplicated elsewhere. That's certainly both the hope and the fear. Does it mean a whole bunch of people are going to lose their jobs in order to keep

[*Traduction*]

En ce qui concerne les soumissions pour les compétitions sportives, si l'on procède comme on le fait, c'est évidemment pour éviter que le prix n'augmente à cause d'une soumission publique qui pourrait servir de point de repère aux autres intéressés. L'idée, c'est que si toutes les soumissions sont secrètes, on établit son offre en fonction de la valeur que l'on attribue au contrat, qui devient la valeur de l'émission. En divulguant publiquement ce type de renseignements, la SRC pourrait même compromettre les soumissions du secteur privé pour ces émissions.

M. de Jong: Il y avait une autre question... mais vous y avez répondu en partie. Merci bien.

Le vice–président (M. Ianno): Je vais poser une ou deux questions.

Monsieur Johnson, je tiens avant tout à vous féliciter pour votre dissertation sur ce dernier point. Je pense que la plupart des Canadiens approuvent le mandat que vous avez décrit; il y a, par contre, le problème du manque d'argent qui se pose. Il faut essayer de trouver un moyen de faire plus avec le même montant d'argent, ou moins. Nous essayons donc de repérer les cas de chevauchement.

L'expérience de Windsor constitue peut–être un exemple parfait, puisque l'on arrive, en réalité, à faire le même «excellent travail», comme vous l'avez si bien dit, avec trois fois moins d'argent. Peut–on appliquer cette expérience dans tout le pays, aux autres stations affiliées ou services de la SRC, ce qui permettrait donc de faire plus avec notre argent au lieu de produire davantage d'émissions — comme il en est question — pour que les Canadiens puissent continuer à communiquer de différentes façons entre eux, comme ils le font? Je crois que c'est là le but de ce processus.

Par ailleurs, d'autres groupes d'intérêt sont venus exprimer leur opinion. Nous voudrions savoir s'il est vrai que, comme l'affirme l'Association canadienne de production de film et télévision, la proportion d'émissions, autres que les émissions d'actualités, faites par des producteurs indépendants pour le compte de la SRC a été bloquée à 50 p. 100, principalement à cause des conventions collectives des employés de la Société. Pouvez–vous nous expliquer cela et préciser ce que cette affirmation veut dire?

M. Sullivan: Sous la présidence de M. Juneau, la SRC s'était engagée à porter à 50 p. 100 la proportion de ses émissions dont la production serait confiée à des producteurs indépendants. C'est le marché qui avait été conclu avec eux en 1981 ou en 1982. La Société a donc dû renégocier toute une série de conventions collectives en fonction du fait qu'elle se retirait en partie du secteur de le production ce qui laissait présager que beaucoup d'employés perdraient leur emploi. C'est ce qui est arrivé.

Les producteurs déforment donc la réalité en signalant la chose et en prétendant que cet engagement constitue un obstacle. Ce qui s'est passé en réalité, c'est que les producteurs indépendants assuraient, à l'origine, une très petite partie de la production, qu'ils en assurent actuellement la moitié et qu'ils veulent maintenant tout avoir.

L'autre question que vous avez posée porte sur l'expérience de Windsor; vous voulez savoir si l'on peut la répéter ailleurs. C'est à la fois ce que l'on espère et ce que l'on craint. Cela veut–il dire qu'un grand nombre de gens vont perdre leur

[*Text*]

doing exactly what used to be done before, using a new way of doing business, or is it a way of exploiting technology to do more, to reopen Calgary, to reopen Chicoutimi, to reopen the stations that were closed because there's an available technology that makes it cost–effective to have those newscasts back on the air?

To say CBC now has to face the same kind of financial troubles the rest of the country has is to ignore the fact that CBC is already facing $180 million. That's still there. To say to people that you need another 5% to 8%, what about the 25% you want up front? Doesn't anybody consider that as part of what CBC is already being hit with?

The Vice–Chair (Mr. Ianno): I guess I won't get into the conversation that when you come to my constituency office, and you have kids who are hungry, and you are parents who have no hope and all the rest. . .then we talk about what's important.

We can get into the discussion about some other aspects, but the last question—

Mr. Hunter: I hope they're not television workers in the near future.

The Vice–Chair (Mr. Ianno): I agree with you.

The last question I have is that since you do represent most of the people in the production side, and I guess all aspects of the CBC, I'm sure they must see some aspects where the CBC can actually save money if they did things differently. Do you have any suggestions for this committee?

• 2045

Mr. Hopper: It's an awkward question when we're about to embark upon negotiations with the CBC for labour agreements.

Suffice it to say though that the very experiments we've talked about tonight would not have been possible under previous CBC dynasties, because the relationship between the parties was not such that that could be done.

As NABET's brief quite clearly indicates, the relationship has changed substantially at the CBC. And I suggest to you that a new relationship in industrial relations can only enhance the ability for labour unions and our members to deal with that very issue with the CBC, through both the collective bargaining process and an ongoing process between collective bargaining sessions.

The Vice–Chair (Mr. Ianno): In other words, you don't have any suggestions now?

Mr. Hopper: Nothing specifically now.

The Vice–Chair (Mr. Ianno): So they're doing a great job then, according to you and your members?

Mr. Hopper: No, but I'm suggesting that they're doing a great job in encouraging experiments whose end result could ultimately be great savings to the CBC. We're now open to the possibilities of those kinds of experiments, when expanded or

[*Translation*]

emploi étant donné que l'on continuera à faire ce que l'on faisait d'une nouvelle façon, ou est–ce un moyen d'exploiter la technologie pour faire plus, pour rouvrir la station de Calgary, celle de Chicoutimi et les autres stations qui ont été fermées parce qu'il existe maintenant la technologie rentable nécessaire pour reprendre la diffusion de bulletins de nouvelles?

En disant que la SRC est confrontée au même genre de problème financier que le reste du pays, on ne tient pas compte du fait qu'elle a un déficit de 180 millions de dollars. Il est toujours là. C'est bien beau de dire qu'il faut 5 ou 8 p. 100 de plus; que dire des 25 p. 100 dont on a besoin au départ? Est–ce que personne ne considère que cela fait partie des compressions auxquelles la SRC est déjà soumise?

Le vice–président (M. Ianno): Je ne veux pas aiguiller la conversation sur les enfants affamés, sur les parents désespérés, ni sur tous les autres cas qui sont soumis à mon bureau de circonscription. C'est pourtant ça qui est important.

On peut discuter de quelques autres aspects, mais la dernière question. . .

M. Hunter: J'espère qu'ils ne travailleront pas bientôt dans le secteur de la télévision.

Le vice–président (M. Ianno): Je l'espère aussi.

La dernière question que je voudrais poser est la suivante: étant donné que vous représentez la plupart des employés du secteur de la production et d'autres secteurs de la SRC, je présume, je suis certain que ces gens–là doivent connaître d'autres moyens de permettre à la Société d'économiser de l'argent s'ils faisaient leur travail autrement. Avez–vous des suggestions à faire au comité?

M. Hopper: C'est une question embarrassante quand on est sur le point d'entamer la négociation de conventions collectives avec la SRC.

Je me contenterai de dire que les expériences dont il a été question aujourd'hui n'auraient pas été possibles sous d'autres dynasties à la SRC, parce que les relations entre les parties ne l'auraient pas permis.

Comme l'indique très clairement le mémoire du SNTC, les relations ont bien changé à la SRC. Sachez qu'une évolution des relations de travail ne peut que faciliter le règlement de cette question entre les syndicats et nos membres et la Société, tant par le biais de la négociation collective que grâce à un processus qui se poursuit en permanence entre deux séances de négociation.

Le vice–président (M. Ianno): Autrement dit, vous n'avez pas de suggestions à faire pour l'instant?

M. Hopper: Nous n'avons aucune suggestion à faire en particulier pour l'instant.

Le vice–président (M. Ianno): Par conséquent, d'après vous et vos membres, la SRC fait un excellent travail.

M. Hopper: Ce n'est pas cela, mais je trouve que l'on fait beaucoup pour encourager des expériences qui pourraient se solder par des économies importantes pour la SRC. Nous sommes réceptifs aux possibilités offertes par ce genre

[*Texte*]

creatively moved from location to location. For example, Calgary may want to do a Windsor experiment totally differently. As to whether they'll be effective or not has yet to be tested.

The Vice-Chair (Mr. Ianno): I thank you very much. It has been very informative.

We're adjourned until tomorrow.

[*Traduction*]

d'expériences quand on en élargit le champ ou qu'on les applique ici et là de façon créative. Par exemple, on pourrait très bien appliquer l'expérience de Windsor de façon totalement différente à Calgary. Reste à savoir si cela sera rentable ou non.

Le vice-président (M. Ianno): Merci beaucoup. C'était très instructif.

La séance est levée. Reprise des délibérations demain.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid / Port payé
Lettermail / Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the National Association of Broadcast Employees and Technicians (NABET):

Gordon Hunter, National President;

Michael Sullivan, Coordinator, Network Services.

From the Canadian Union of Public Employees (CUPE):

Gordon Johnson, Director, CUPE Broadcast Division;

Richard Balnis, Assistant Director, Research Department;

Ken Hopper, Senior Officer, CUPE Broadcast Division.

TÉMOINS

Du Syndicat national des travailleurs et travailleuses en communication (SNTC):

Gordon Hunter, directeur général;

Michael Sullivan, coordinateur, Services des réseaux.

Du Syndicat canadien de la Fonction publique (SCFP):

Gordon Johnson, directeur, Division de la radiodiffusion SCFP;

Richard Balnis, directeur adjoint, Département des recherches;

Ken Hopper, cadre supérieur, Division de la radiodiffusion SCFP.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing, Public Works and Government Services Canada, Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition, Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa, Canada K1A 0S9

CA1
XC 68
-C13

Government
Publications

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 38

Thursday, October 27, 1994

Chair: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 38

Le jeudi 27 octobre 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of the Canadian Broadcasting Corporation

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la Société Radio–Canada

---

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

LIBRARY
DEC 1994
University of Toronto

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chair: John Godfrey

Vice–Chairs: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Associate Members

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidents: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakvillle—Milton)
Jan Brown (Calgary–Sud–Est)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Membres associés

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

THURSDAY, OCTOBER 27, 1994
(45)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 9:07 o'clock a.m. this day, in Room 269, West Block, the Chair, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Bonnie Brown, Jan Brown, Christiane Gagnon, John Godfrey, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Suzanne Tremblay.

Acting Members present: Janko Peric for John Cannis; Jerry Pickard for Glen McKinnon; Julian Reed for Roger Gallaway.

Associate Member present: Simon de Jong.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: From Friends of Canadian Broadcasting: Ian Morrison, Spokesperson. *From "L'Institut canadien d'éducation des adultes:"* Diane Laberge, Director; Lina Trudel, Responsible for Communications. *From the Alliance for Children and Television:* Alan Mirabelli, Chair; Kealy Wilkinson, Treasurer.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee resumed its study of the Canadian Broadcasting Corporation (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Thursday, September 22, 1994, Issue No. 26*).

Ian Morrison, from Friends of Canadian Broadcasting, made an opening statement and answered questions.

At 10:18 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 10:21 o'clock a.m., the sitting resumed.

Diane Laberge from "L'Institut canadien d'éducation des adultes" made an opening statement and, with the other witnesses, answered questions.

Allan Mirabelli and Kealy Wilkinson, from the Alliance for Children and Television each made opening statements and answered questions.

At 11:00 o'clock a.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS-VERBAL

LE JEUDI 27 OCTOBRE 1994
(45)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit aujourd'hui à 09 h 07, dans la salle 269 de l'édifice de l'Ouest, sous la vice-présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Bonnie Brown, Jan Brown, Christiane Gagnon, John Godfrey, Hugh Hanrahan, Tony Ianno et Suzanne Tremblay.

Membres suppléants présents: Janko Peric remplace John Cannis; Jerry Pickard remplace Glen McKinnon; Julian Reed remplace Roger Gallaway.

Membre associé présent: Simon de Jong.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: De «Friends of Canadian Broadcasting»: Ian Morrison, porte-parole. *De L'Institut canadien d'éducation des adultes*: Diane Laberge, directrice; Lina Trudel, responsable du dossier communications. *De l'Alliance pour l'enfant et la télévision*: Alan Mirabelli, président; Kealy Wilkinson, trésorière.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité poursuit son étude de la Société Radio-Canada. (*Voir les Procès-verbaux et témoignages du jeudi 22 septembre 1994, fascicule nº 26*).

Ian Morrison, de «Friends of Canadian Broadcasting», fait un exposé et répond aux questions.

À 10 h 18, la séance est suspendu.

À 10 h 21, la séance reprend.

Diane Laberge, de L'Institut canadien d'éducaton des adultes, fait un exposé et, avec d'autres témoins, répond aux questions.

Allan Mirabelli et Kealy Wilkinson, de l'Alliance pour l'enfant et la télévision, font chacun un exposé et répondent aux questions.

À 11 heures, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Thursday, October 27, 1994

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le jeudi 27 octobre 1994

• 0905

The Chair: I call the meeting to order.

We're delighted to welcome this morning an old friend of mine, Ian Morrison, who wears many hats. In fact, he could be wearing an adult education hat, too. This morning he's wearing his hat as the representative of the Friends of Canadian Broadcasting. I'm going to ask him to make some preliminary remarks and then we'll get right into it.

Welcome, Ian.

Mr. Ian Morrison (Spokesperson, Friends of Canadian Broadcasting): Mr. Chairman, thank you very much. The chairman and I jog in the same ravine in Toronto from time to time. I can tell you that he's in better shape than I am, or at least he was a year or two ago.

The Chair: That's all changed.

Mr. Morrison: Thank you very much for allowing the Friends of Canadian Broadcasting an opportunity to come here. I have a few brief remarks and I would welcome the discussion.

I'd like to say at the outset though, before entering the substance of this presentation, that based not on the transcripts of what you folks have accomplished so far, but rather upon press reports, we have been discouraged by the number of witnesses who have come before you pleading for special interests, their own point of view, their own biases, rather than focusing on the question that is properly before you.

It is my good fortune to represent an organization whose aims and objectives are totally consistent with the referral to this committee. I hope I will not fall into that trap, and I hope you would encourage me and other witnesses to stick with the important topic you are addressing for the future of the country.

Everywhere we go in this country we notice that there is a real shortage of opportunities for Canadians to engage in common experience, to learn about one another, and to develop a sense of belonging across this very large country.

We remind the committee that the average Canadian 10–year–old has gone to school less than she has watched television, if you measure it in hours. She watches 900 hours of television each year, and if she is English speaking, fully 80% of that television is fiction programming that depicts the experience of another country.

In this way she learns much more about life in Miami, or Los Angeles, or Chicago, than she does about life in Edmonton, or Chicoutimi, or Halifax. Only 4% of the fiction entertainment television programming available to English–speaking Canadians is Canadian in origin. Please keep that in mind—4%, or 1 in every 25 hours. We see this as the biggest problem of the Canadian broadcasting system.

Le président: Je déclare la séance ouverte.

Je suis particulièrement ravi d'accueillir un vieil ami à moi qui assume plusieurs responsabilités, Ian Morrison. En effet, il pourrait se présenter ici également sous la bannière de l'éducation des adultes. Mais ce matin, il représente «Friends of Canadian Broadcasting» (Les Amis de la radiotélédiffusion canadienne). Je lui demanderai de nous présenter son point de vue, après quoi nous passerons directement aux questions.

Bienvenue, monsieur Morrison.

M. Ian Morrison (porte–parole, «Friends of Canadian Broadcasting»): Monsieur le président, je vous remercie. Votre président et moi–même faisons de temps à autre du jogging le long des mêmes sentiers à Toronto, et je puis vous assurer qu'il est en meilleure forme que moi, ou du moins qu'il l'était il y a un an ou deux.

Le président: C'est maintenant chose du passé.

M. Morrison: Merci d'avoir permis à notre association de comparaître. J'ai quelques observations à faire, après quoi je répondrai à vos questions.

D'entrée de jeu, avant d'entrer dans le vif du sujet, je voudrais dire que j'ai été très déçu de constater—à la lecture d'articles de journaux et non pas à la lecture de vos procès–verbaux—qu'un grand nombre de témoins venaient présenter leur point de vue personnel et défendre leurs propres intérêts plutôt que de discuter de la question dont vous êtes saisis.

J'ai moi–même le bonheur de représenter un organisme dont les objectifs cadrent tout à fait avec votre sujet d'étude. J'espère ne pas tomber dans le même piège que ces autres témoins et j'espère que, pour votre part, vous encouragerez les intéressés et moi–même à nous en tenir à ce sujet si important pour l'avenir de notre pays.

Partout, nous observons que les Canadiens ne disposent pas d'un nombre suffisant d'occasions de participer à des expériences communes, de se connaître les uns les autres et d'acquérir un sentiment d'appartenance à ce vaste territoire.

Nous rappelons aux membres du comité que le petit Canadien moyen de 10 ans a passé plus de temps devant l'écran de télévision que sur les bancs de l'école. Chaque année, il regarde 900 heures de télévision et, s'il est anglophone, 80 p. 100 au bas mot des émissions qu'il regarde sont des fictions qui dépeignent des expériences vécues dans un autre pays.

Ainsi, cet enfant en apprend davantage sur la vie à Miami, à Chicago ou à Los Angeles que sur la vie à Edmonton, Chicoutimi ou Halifax. Seulement 4 p. 100 des émissions de divertissement présentées sur les écrans de télévision des Canadiens d'expression anglaise sont d'origine canadienne. Sachez qu'il s'agit à peine d'une heure sur 25, et c'est là le principal problème auquel se heurte le réseau canadien de radiodiffusion.

[*Texte*] [*Traduction*]

• 0910

During prime time, which is the 7 to 11 p.m. period each night, on the English language private television networks, less than 20% of the total audience that they assemble is watching Canadian programs. On the CBC, on the other hand, fully 80% of the audience that it assembles in prime time is watching Canadian programs. It's just one example of the importance of our national public broadcaster.

We have quoted in our brief a statement from Dalton Camp, who was involved with the founding of this organization, in which he says you can love or hate the CBC, but if the former government would forgive him for saying so, it's "just about all that's left among this country's institutions that still works".

In this brief submission we want to focus on three issues. The first is the CBC's fiscal position. The second is the importance of the CBC's local and regional services, and the third is a policy suggestion regarding alternative revenue streams that we believe is germane to your purpose here.

First, the fiscal position of the corporation. From 1984 to 1993 the Mulroney government cut the parliamentary allocation to the CBC by 14% in real terms, while cutting the overall spending of the government, excluding debt repayment, by only 6%. Faced with this situation the CBC reduced its work force by 23%. I notice president Manera, in an op-ed piece this morning, says it was 25% over that period. During that same period the government's own work force did not decline, but rather grew ever so slightly.

In its final budget, which was in April 1993, the previous government left a time bomb ticking for the CBC. The finance minister in that budget announced a cut of $50 million in the third year of the five-year cycle, which was 1994-95 at that time, and $100 million in the succeeding two-year period, totalling a quarter of a billion dollars over three years.

When they announced the appointment of the new president earlier this year the new government did not rescind the Conservative government's planned CBC cuts, but deferred them by one year, that is, to begin next April. At the same time, the government committed to president Manera that it would maintain the planned funding for a five-year period, a pledge drawn from the Liberal Party's red book.

The government also undertook to examine alternative sources of revenue for the CBC with a view to reducing the corporation's dependency upon television advertising revenue, hence the referral to this committee.

Our position is that over the past decade CBC has more than prepaid its contribution to deficit reduction. The planned cuts now scheduled to commence in April are onerous. They are part of an agreement the government made with president Manera in return for an assurance of stable multi-year funding. Our first point to you is that the Liberal government's fidelity to this commitment is the most important factor in influencing the CBC's future. It's a litmus test for the government's

Aux heures de grande écoute, soit de 19 heures à 23 heures tous les soirs, moins de 20 p. 100 de l'ensemble des téléspectateurs des réseaux de télévision privée anglophone regardent des émissions canadiennes. À la télévision du réseau anglais de la SRC, en revanche, au bas mot 80 p. 100 des émissions présentées aux heures de grande écoute sont d'origine canadienne. Ce n'est là qu'un des exemples qui illustrent l'importance que revêt notre radiodiffuseur public national.

Nous citons dans notre mémoire une brève déclaration de Dalton Camp, un des fondateurs de notre organisation, où il dit qu'on peut aimer ou détester Radio-Canada, mais que — et il s'en excuse auprès de l'ancien gouvernement —, «c'est à peu près la dernière institution du pays qui fonctionne».

Dans notre bref mémoire, nous voulons mettre l'accent sur trois questions. La première concerne la situation budgétaire du réseau, la seconde, l'importance des services locaux et régionaux du réseau, et la troisième, une suggestion de politique concernant de nouvelles sources de revenus éventuels qui nous semblent cadrer avec votre objectif.

Tout d'abord, la situation budgétaire du réseau. De 1984 à 1993, le gouvernement Mulroney a réduit de 14 p. 100, en chiffres réels, les crédits parlementaires alloués au réseau, tout en ne réduisant que de 6 p. 100 les dépenses totales affectées aux programmes, si l'on exclut le remboursement de la dette. Face à cette crise, le réseau anglais de la SRC a réduit son effectif de 23 p. 100. J'ai lu, dans un article en regard de l'éditorial ce matin, que le président Manera mentionnait même le chiffre de 25 p. 100. Au cours de la même période, l'effectif du gouvernement n'a pas diminué, en fait il a même augmenté légèrement.

Dans son dernier budget, en avril 1993, le gouvernement précédent a amorcé une bombe à retardement qui menace l'avenir du réseau. Le ministre des Finances annonçait en effet son intention de réduire les crédits parlementaires de 50 millions de dollars pour la troisième année du cycle quinquennal, c'est-à-dire 1994-1995 à l'époque, et de 100 millions de dollars pour les deux années suivantes, soit un total d'un quart de milliard de dollars sur trois ans.

En annonçant la nomination d'un nouveau président de la SRC plus tôt cette année, le nouveau gouvernement n'est pas revenu sur les réductions des budgets du réseau prévues par le gouvernement conservateur, mais il s'est contenté de les différer d'un an, en les reportant à avril prochain. En même temps, le gouvernement s'est engagé auprès du président Manera à maintenir le financement prévu pour une période de cinq ans, conformément à la promesse effectuée dans le Livre rouge du Parti libéral.

Afin de réduire la dépendance de la Société à l'égard des revenus tirés de la publicité télévisée, le gouvernement a également entrepris d'examiner de nouvelles sources de revenu. C'est pourquoi la question a été soumise au comité.

Nous estimons qu'au cours de la dernière décennie, le réseau a fait plus que sa part pour réduire le déficit. Les réductions prévues, qui devraient maintenant débuter en avril prochain, sont coûteuses. Elles s'inscrivent dans le cadre de l'entente que le gouvernement a conclue avec le président Manera en retour de l'assurance d'un financement pluriannuel stable. Notre première affirmation est que le respect de cette promesse par le gouvernement libéral est le facteur le plus

[*Text*]

commitment to defend and protect a distinct society on the northern half of the North American continent.

My second point, Chairman and members, is around regional and local programming. Of course, one of the self–pleading groups that came before you was the Canadian Association of Broadcasters. Notwithstanding their claims, which were made here and have been made on many, many occasions in the past, regional and local programming is an integral part of CBC's mandate. In the late 1980s your predecessor committee—of course you have 100% turnover in your composition since the last election, but some of your staff have some continuity from the past and will remember what I say—spent several years reviewing various drafts of what was to become the new Broadcasting Act.

It was nearly unanimous in making recommendations for a broadcasting system that it believed, and I am quoting, "would command the support of a great majority of Canadians", including a strong endorsement of CBC's regional and local presence.

In its final report in June 1988, before that election, the Commons committee recommended that:

> The CBC should provide increased air time on its regional stations for the carriage of regional programming, and should include a significant amount of regional performance programming.

As well, they said:

> CBC's mandate is to serve the needs of all regions of Canada and should continue to be interpreted as including the coverage of local news, community events and other appropriate subject–matter. There should be no effort to make an artificial distinction between local and regional programming for the purpose of limiting CBC's role in serving Canadians in all regions.

Two decades ago, Northrop Frye, who also served as a part–time commissioner of the CRTC, wrote a much quoted statement in *The Bush Garden*: "Identity is local and regional, rooted in the imagination and in works of culture."

• 0915

The famous Canadian film producer Daryl Duke has related in *The Globe and Mail* the story of the local programs in Vancouver that gave him his television start. Many more instances could be cited, among them producers such as Jeannine Locke, responsible for *Anne of Avonlea* and *Anne of Green Gables*, Marc Thibault, Tom Cahill, Louise Lore, Denys Arcand, Norman Jewison, Laurier LaPierre, Beryl Fox, Ross McLean, Denis Héroux, Silvio Marizzano, René Lévesque, and Norman Campbell. All of these people worked in local and regional programming of the CBC and their names are now widely recognized. Many dozens of producers, directors, and craftspeople who started at the local level have made Canadian radio and television what it is today.

[*Translation*]

déterminant pour l'avenir du réseau. Relativement à l'engagement qu'a pris le gouvernement de défendre et de protéger l'existence d'une société distincte dans la moitié nord du continent nord–américain, il s'agit du test sur lequel tout repose.

Mon second argument, monsieur le président et membres du comité, concerne le rôle des émissions locales et régionales du réseau. Naturellement, l'Association canadienne des radiodiffuseurs est l'un des groupes intéressés qui sont venus devant vous plaider pour leur paroisse. Malgré ce qu'ils prétendent, et qu'ils ont dit et répété à maintes et maintes reprises dans le passé, la radiodiffusion régionale et locale fait partie intégrante du mandat de la SRC. À la fin des années quatre–vingt, le comité qui a précédé le vôtre—naturellement, la composition du comité a changé intégralement depuis les dernières élections, mais certains membres de votre personnel sont toujours là et se souviendront de ce que je dis—a consacré quelques années à l'examen de diverses versions de ce qui est devenu la nouvelle Loi sur la radiodiffusion.

Dans des recommandations quasi unanimes, ses membres se sont prononcés en faveur d'un réseau de radiodiffusion qui, croyaient–ils, gagnerait l'appui de la grande majorité des Canadiens, et notamment un fort soutien à l'égard de la présence de la SRC aux échelons régional et local.

Dans son rapport final de juin 1988, avant ces élections, le Comité de la Chambre des communes a recommandé que:

> Dans ses stations régionales, la SRC consacre du temps d'antenne à la présentation d'émissions régionales et qu'elle prévoie un nombre important de manifestations régionales.

De plus, il y était dit:

> que la couverture de l'actualité locale, des manifestations communautaires et d'autres sujets appropriés font partie du mandat de la SRC lié à la satisfaction des besoins de l'ensemble des régions du Canada. On ne devrait déployer aucun effort pour tenter d'établir une distinction artificielle entre les émissions locales et régionales à la seule fin de limiter les services offerts par la Société aux Canadiens de toutes les régions.

Il y a 20 ans, Northrop Frye—qui a également agi à titre de commissaire à temps partiel du CRTC—a tenu, dans *The Bush Garden*, des propos qui, depuis, ont été abondamment cités: «L'identité est locale et régionale, enracinée dans l'imagination et dans les oeuvres culturelles.»

Dans *The Globe and Mail*, Daryl Duke, le célèbre cinéaste canadien, a relaté l'histoire des émissions locales produites à Vancouver qui lui ont permis de faire ses débuts à la télévision. On pourrait citer de nombreux autres cas—parmi les réalisateurs, Jeannine Locke, des émissions *les contes d'Avonlea* et *Anne, la maison aux pignons verts*, Marc Thibault, Tom Cahill, Louise Lore, Denys Arcand, Norman Jewison, Laurier Lapierre, Beryl Fox, Ross McLean, Denis Héroux, Silvio Marizzano, René Lévesque et Norman Campbell. Ce sont toutes des personnes qui ont travaillé à des émissions locales et régionales et dont le nom est aujourd'hui largement reconnu. Des douzaines de producteurs, de directeurs et d'artisans qui ont débuté à l'échelon local ont fait de la radio et de la télévision canadiennes ce qu'elles sont aujourd'hui.

[*Texte*]

When in the early part of 1991 the CBC board cut thirteen stations—including a station in your constituency, Ms Brown—for local programming and more than one hundred programs, former CBC president and CRTC chairman Pierre Juneau commented publicly that his successor's actions were contrary to the letter of the law as expressed in the explicit policy of the 1968 act, not to mention the new bill, which has since become law, and certainly contrary to the spirit of the law.

Friends of Canadian Broadcasting knows that Canadians feel deeply about the presence of CBC in their local communities. Indeed, we're holding a number of public forums on this topic around the country as we speak. These feelings are at their strongest in communities far from major centres such as Montreal, Vancouver, and Toronto. Canadians want their CBC to maintain its local roots and to tell stories locally. To Canadians living in other parts of the country, it is part of building the sense of belonging, the sense of identity.

In Newfoundland and Labrador, for example, the CBC could just as well be known as the Newfoundland Broadcasting Corporation. It is the only means for shared consciousness among people living as far apart as Trepassey and Happy Valley at Labrador.

So our second recommendation is that CBC's local and regional broadcasting role is key to its mission and Friends urges the committee to recognize this principle in its report.

Finally, and briefly, on alternative revenue sources, the matter that is directly before you, the business function of any private broadcaster is to deliver audiences to advertisers, while a public broadcaster such as the CBC should be in the business of delivering programming to citizens.

However, during the Mulroney years the de facto policy of the Conservative government was to cut back CBC's parliamentary allocation while encouraging the corporation to augment its television advertising revenue.

CBC has been very successful in doing this, approximately doubling the advertising revenue from 1984 to 1993, despite a recession. Even taking inflation into account, this represents an increase in CBC's advertising dependency from 15% to 25% of total revenues over the decade.

The net result has been to change CBC television into a quasi-private television network, a hybrid—just as access to various federal programs, such as the Telefilm Fund, makes enterprises such as Mr. Cassaday's, the CTV television network, a quasi-public network. We don't have any private or public broadcasters, in the classical sense, in Canadian television.

The new government's expressed policy intention is to reduce CBC's advertising dependency by identifying new sources of funds to finance the national public broadcaster. Friends supports that intention, because it will enable CBC to reduce its dependency on foreign programming.

[*Traduction*]

Lorsque des compressions budgétaires draconiennes ont forcé la direction de la SRC à éliminer 13 stations—dont une station de votre circonscription, madame Brown—et plus de 100 émissions au début de 1991, l'ex-président de la SRC et président du CRTC, Pierre Juneau, a publiquement indiqué que les actions de son successeur étaient contraires à la lettre de la loi, telle qu'elle s'exprime dans la politique explicite de la loi actuelle (1968), et du nouveau projet de loi, et certainement contraires à l'esprit de la loi.

Les représentants de «Friends of Canadian Broadcasting» savent que les Canadiens tiennent profondément à la présence de la SRC dans les collectivités. À l'heure où nous vous parlons, nous tenons des réunions publiques pour discuter du sujet. C'est à l'extérieur des grands centres comme Montréal, Toronto et Vancouver que ces sentiments s'expriment avec le plus de vigueur. Les Canadiens veulent que la SRC conserve ses racines locales et parle d'eux à l'échelon local ainsi que dans les autres régions du pays, au profit de l'ensemble des Canadiens.

À Terre-Neuve et au Labrador, par exemple, on pourrait aussi bien parler du réseau anglais de la Société-Terre-Neuve. C'est le seul moyen dont on dispose pour doter d'une conscience commune les gens qui vivent dans des régions aussi éloignées que Trepassey et Happy Valley.

Voici donc notre deuxième recommandation: le rôle que joue la SRC au chapitre de la radiodiffusion locale et régionale est essentiel à sa mission, et «Friends of Canadian Broadcasting» prie instamment les membres du comité de reconnaître ce principe dans leur rapport.

Quelques mots maintenant au sujet de la diversification des sources de revenu. Sur le plan commercial, la fonction de radiodiffuseur privé consiste à mettre des annonceurs en contact avec des auditoires—tandis qu'un radiodiffuseur public comme la SRC devrait avoir pour tâche de présenter des émissions aux citoyens.

Cependant, durant les années Mulroney, le gouvernement fédéral a eu pour politique *de facto* de réduire les crédits parlementaires alloués à la Société, tout en encourageant cette dernière à accroître les revenus tirés de la publicité télévisée.

À cet égard, la Société a vu ses efforts couronnés de succès: de 1984 à 1993, elle a presque doublé les revenus qu'elle tire de la publicité. Même si on tient compte de l'inflation, la dépendance de la SRC à l'égard de la publicité a augmenté au cours de la période: le pourcentage des recette totales tirées de cette source est en effet passé de 15 p. 100 à près de 25 p. 100.

Le résultat net de cette transformation est que la télévision de la SRC est devenue un réseau quasi privé—un hybride—tout comme l'accès au financement de Téléfilm Canada donne aux réseaux privés le statut de réseaux semi-publics. La télévision canadienne ne compte ni radiodiffuseur public, ni radiodiffuseurs privés au sens classique du terme.

Le nouveau gouvernement a l'intention avouée de réduire la dépendance de la SRC à l'égard de la publicité en établissant de nouvelles sources de financement pour le radiodiffuseur public national. «Friends of Canadian Broadcasting» se félicite de cette intention parce qu'elle permettra à la SRC de réduire sa dépendance à l'égard des émissions étrangères.

[*Text*]

CBC needs resources to increase its production of Canadian fiction entertainment programming, where we have only 1 in 25 hours of programs available to English–speaking Canadians in this country that are Canadian in origin.

We recommend that this committee should consider the creation of a $400–million Canadian content fund to finance this goal, as well as placing more funds in the hands of the National Film Board and the Telefilm Broadcast Fund for the same purpose. Through Telefilm, of course, some of these funds would find their way to independent production companies and to private broadcasters.

How could a Canadian content fund be financed?

Present and emerging players in the Canadian broadcasting system all have a role to play. Among them, one, and most important, the cable television monopolies: these are people who have grown fat in a lucrative system protected from competition by a compliant CRTC. Currently they contribute less than 5% of their net income to Canadian programming. The newly implemented cable fund, which the CRTC allows the cable monopolies to control, should be redirected for public purposes and operate under public control.

[*Translation*]

La Société a besoin de ressources pour accroître la production d'émissions de divertissement canadiennes. En effet, une seule heure d'émissions pour 25 diffusées en anglais est d'origine canadienne.

Nous recommandons la création d'un fonds du contenu canadien d'une valeur de 400 millions de dollars pour financer la réalisation de cet objectif. L'organisme recommande également qu'on alloue davantage de fonds à l'Office national du film et au Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes de Téléfilm Canada aux mêmes fins. Par l'entremise de Téléfilm Canada, certains des fonds parviendraient également aux sociétés de production indépendantes et aux radiodiffuseurs privés.

Comment le fonds du contenu canadien serait–il financé?

Au sein du réseau canadien de radiodiffusion, tous les intervenants, ceux qui existent déjà aussi bien que ceux qui sont en voie d'émergence, ont tous un rôle à jouer. Au nombre de ces intervenants, on retrouve: les sociétés de câblodistribution qui jouissent d'un monopole et qui se sont enrichies grâce à un marché lucratif mis à l'abri de la concurrence par un CRTC complaisant. À l'heure actuelle, ces sociétés consacrent moins de 5 p. 100 de leur revenu net à la production d'émissions canadiennes. Le «fonds de la câblodistribution», nouvellement mis en place—dont le CRTC a laissé le contrôle aux sociétés de câblodistribution bénéficiant d'un monopole—, devrait être réorienté à des fins publiques et être assujetti à un contrôle public.

• 0920

As well, CBC should offer a second channel in each language for rebroadcasting popular Canadian programs on cable at a charge of $3 per subscriber per month, which, someone told me this morning, equals six copies of *The Ottawa Citizen*. These two measures will raise $300 million per annum for Canadian content on the airwaves.

For private broadcasters, their business depends upon access to the public airwaves. They should be paying a licence fee in proportion to their profitability, paying something back to the country for the privilege of using that air space, which is public property. Implementing a licence fee would raise $50 million per annum to finance Canadian content on the airwaves.

New players in the broadcast system, such as the telephone companies and Power/DIRECTV, should be required to make a contribution to finance Canadian content on the airwaves in return for being allowed to enter the broadcasting business. This will raise a further $50 million per annum for this fund.

Now, implementation of an idea like this would require government leadership as well as direction to a CRTC that has become, in our view, captive to the industry it was originally designed to supervise in the public interest.

We recommend this concept to the committee for your consideration. I'd be pleased to discuss any of the topics on your agenda and these ideas with you now.

De même, la SRC devrait offrir une deuxième chaîne dans chacune des langues officielles; par la voie des réseaux de câblodistribution, on y rediffuserait les émissions canadiennes populaires, moyennant un droit mensuel de 3$ par usager, ce qui, comme quelqu'un me l'a dit ce matin, équivaut à six exemplaires du *Ottawa Citizen*. Grâce à ces deux mesures, on pourra recueillir 300 millions de dollars par année au profit de la présentation sur les ondes d'émissions à contenu canadien.

Dans le cas des radiodiffuseurs privés, leurs entreprises dépendent de l'accès du public aux ondes. Ils devraient donc acquitter un droit de permis proportionnel à leur rentabilité pour payer quelque chose au pays en retour de l'utilisation de ces ondes, qui appartiennent au public. Grâce à l'imposition de droits de permis, on pourrait recueillir 50 millions de dollars par année pour financer la présentation sur les ondes d'émissions à contenu canadien.

Les nouveaux intervenants du système de radiodiffusion, comme les compagnies de téléphone et Power/DIRECTV, devraient être tenus, en contrepartie du droit de pénétrer le marché de la radiodiffusion, de contribuer au financement de la présentation d'émissions à contenu canadien sur les ondes. On pourrait ainsi recueillir 50 millions de dollars de plus par année pour le fonds.

La mise en oeuvre d'un tel fonds exigera du leadership de la part du gouvernement aussi bien que du CRTC, organisme devenu captif de l'industrie qu'au départ il était censé régir dans l'intérêt du public.

Nous recommandons au comité d'examiner de plus près l'idée d'un tel fonds. Je serai maintenant ravi de discuter avec vous de n'importe laquelle des questions qui vous intéressent et de nos propositions.

[*Texte*]

The Chair: Thank you very much.

I think we're going to do a little juggling here. Our 9:30 a.m. guests haven't arrived so what we'll do is put them on a 10 a.m. panel. So we'll be able to spend more time with Mr. Morrison, if that's okay with folks.

Comme les invités de 9h30 ne sont pas encore arrivés de Montréal, je propose de faire un panel à 10 heures avec, à la fois l'Institut canadien de l'éducation des adultes et *the Alliance for Children and Television*. Cela leur permettra de passer une heure ensemble. D'accord? Parce qu'on a commencé un peu tard.

M. Morrison: J'aurai ainsi l'occasion de passer plus de temps avec vous.

Le président: Donc, étant donné que nous avons une trentaine de minutes, je propose de faire comme d'habitude: 7–7–7.

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Merci beaucoup, monsieur Morrison. Votre mémoire est très dense et certaines recommandations méritent de la réflexion. Mais d'abord, j'aimerais que vous me disiez qui sont au juste les amis de *Friends of Canadian Broadcasting*, qui est ce groupe, comment vous êtes organisés, qui en fait partie, et comment on peut en faire partie? M. Dupuy qui se dit un ami de la maison est–il dans vos rangs?

M. Morrison: Si vous me le permettez, je voudrais rappeler que je suis plus à l'aise en anglais qu'en français. Une fois, dans ce même endroit, j'ai demandé si je pouvais répondre dans la langue dans laquelle je me sentais le plus à l'aise, et la personne qui représentait *The Canadian Cable Television Association* a dit *I wonder what language that is*.

The Friends of Canadian Broadcasting is a Canada–wide voluntary organization that has recruited 40,000 supporters, 40,000 families, who care enough about its goal, which is expanding the quality and quantity of Canadian content on the airwaves, that they make contributions annually, Mrs. Tremblay. It might interest you as parliamentarians to know that those contributions are made to an organization that is not a charity. We are non–partisan but political in the sense of trying to influence public policy organizations. So it is financed entirely by voluntary gifts that average $40 from 40,000 families across this country, which in an average year raise perhaps $1 million to finance our work, which consists of three things: research, advocacy, and keeping an eye on the major players in the broadcasting system. I would include this committee, in part, as a player in the broadcasting system.

Mme Tremblay: Je voudrais discuter avec vous d'une façon un peu plus informelle.

• 0925

Je crains, personnellement, qu'en injectant encore de l'argent à Téléfilm Canada pour aller chercher des émissions dans la production privée, on augmente tout simplement les profits des indépendants sans produire davantage d'émissions et en y perdant de la qualité. Dans certains cas, on pourra peut–être y gagner quelque chose ou cela pourra être égal. Cependant, on n'est pas arrivé à me faire la preuve que la production indépendante est meilleur marché que la production de Radio–Canada.

[*Traduction*]

Le président: Merci beaucoup.

Je pense que nous allons faire quelques petits rajustements. Nos invités de 9h30 ne sont pas encore arrivés et nous allons donc leur demander de se joindre au groupe de 10 heures. Nous pourrons donc passer plus de temps avec M. Morrison, si les députés sont d'accord.

As our 9:30 guests have not yet arrived from Montreal, I would suggest that they be put on a panel at 10 with both the "Institut canadien de l'éducation des adultes" and the Alliance for Children and Television. This would give them all one hour. Is it agreed? We also started a bit late.

Mr. Morrison: This will give me more time with you.

The Chair: Since we now have about 30 minutes, I suggest that we split up the time as usual: 7, 7, 7.

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Thank you very much, Mr. Morrison. Your brief is very dense and some of the recommendations merit consideration. First, I would like you to explain who exactly are the "Friends of Canadian Broadcasting", what the group represents, how it is organized, who belongs to it and how can someone join. Does Mr. Dupuy, who claims to be a friend of the Corporation, belong to the group?

Mr. Morrison: If I may, I would like to point out that I am more comfortable in English than in French. Once, in this very same place, I asked whether I could reply in the language in which I felt more comfortable and the representative of "The Canadian Cable Television Association" said: "I wonder what language that is."

«Friends of Canadian Broadcasting» est un organisme bénévole qui compte 40 000 membres ou 40 000 familles de tout le Canada, qui tiennent suffisamment à atteindre l'objectif de l'organisme, soit d'améliorer la qualité et d'augmenter la quantité des émissions canadiennes présentées sur les ondes, pour y faire une contribution annuelle, madame Tremblay. Fait à noter pour des parlementaires, nous ne sommes pas un organisme de charité. Nous sommes non sectaires tout en étant politiques puisque nous essayons d'influencer les organismes politiques publics. L'organisme est donc financé entièrement par des contributions bénévoles de 40$ en moyenne venant de 40 000 familles de tout le pays, qui nous permettent de recueillir chaque année en moyenne peut–être un million de dollars pour financer nos travaux de recherche, de défense des intérêts du public et de surveillance des principaux intervenants du réseau canadien de radiodiffusion. À cet égard, j'inclus votre comité parmi les intervenants du réseau de radiodiffusion.

Mrs. Tremblay: I would like to have a rather more informal discussion with you.

Personally, I fear that by injecting more money into Telefilm Canada to get privately produced programs, we are simply increasing the profits of the independents without producing more programs and by sacrificing some quality. In some cases, we might perhaps gain something or it might be equal. However, no one has yet been able to prove to me that independent productions are less costly than the CBC productions.

[*Text*]

Je vais prendre deux exemples: On a produit à Radio–Canada une série absolument extraordinaire qui s'appelait *Le temps d'une paix*. Cela coûtait 350 000$ de l'heure. On a produit une autre émission absolument extraordinaire, *Blanche*, mais les prix ont monté considérablement, jusqu'à 800 000$ de l'heure. Entre les deux productions qui ont eu lieu à 4 ans d'intervalle, les prix n'ont pas augmenté à ce point–là.

Quand le privé travaille avec le gouvernement, le privé fait monter les prix. Je l'ai expérimenté moi–même quand j'ai voulu me louer un logement, j'ai envoyé quelqu'un faire les premières démarches et quand on a su que c'était pour la députée, les prix ont monté.

Alors, il y a quelque chose qui m'embarrasse beaucoup dans cette idée. Puisque Radio–Canada a déjà tout le personnel, et toutes les installations pour produire, pourquoi, encore une fois, faudrait–il que cela nous coûte plus cher pour en avoir plus?

Mr. Morrison: Although I am not a technical expert in broadcasting economics, I have some background knowledge and would make a brief comment as follows.

First, I think it's essential to make a distinction between costs and prices. Prices could double; costs don't double. I think that's what you intended to put forth. There are many differences that are unjust in the Canadian broadcasting system regarding cost of production. The cost of production for an equivalent program in English is usually quite a bit more than the cost in French, which means that the people in the English language system ultimately are being paid more than the French, and that is not fair. There are many arguments about that.

You are making the distinction between the public and the private sector. We are not persuaded by the arguments. I would like to back up and say that a whole series of public policy initiatives and public policy efforts, like the Applebaum–Hébert committee of 1981–82, recommended the movement of more production away from Radio–Canada, away from CBC, out to the private sector.

There is no evidence that we have seen to suggest the private sector is more efficient than the public sector in producing programming, so I'm with you there. However, it is very important for Canada to have a healthy private sector. Profit, in the view of our steering committee, is not a bad thing; it is the purpose to which the profit is put. I would hope you would raise that type of point with major production interests and invite them to be here as part of this exercise.

It is very important to the Canadian economy—I know the English language market better so I will give my example from there—that a company like Alliance Communications, for example, has enough profit that it can demonstrate the capacity to do major production activities that are not just for the Canadian market but are telling Canada's story around the world.

They recently ended the production of a series called *E.N.G.*. It's an English example, but well known. They have sold that series in 48 English–speaking countries. They've become a very important exporter and they are drawing back

[*Translation*]

I will give you two examples: the French CBC used to produce an absolutely wonderful serie called *Le temps d'une paix*. It cost $350,000 an hour. It produced another absolutely extraordinary show, *Blanche*, but the cost was considerably higher, up to $800,000 an hour. In the four–year interval that separated these two productions, prices have not increased that much.

When the private sector works with the government, the private sector pushes up prices. I've experienced this myself when I tried to rent an apartment. I sent someone else to do the preliminary inquiries and when it was known it was for a member of Parliament, the price increased.

So, there is something about this whole idea that makes me very uneasy. Since the CBC already has all the staff, all the production facilities, why, once again, should it cost us more in order to get more?

M. Morrison: Bien que je ne sois pas un expert de l'économie de la télédiffusion, j'ai certaines connaissances générales et je vous répondrai brièvement ce qui suit.

Premièrement, je pense qu'il est essentiel de faire la différence entre les coûts et les prix. Les prix peuvent doubler; les coûts ne doublent pas. Je pense que c'est ce que vous vouliez dire. Il y a des différences dans les coûts de production qui sont injustes dans le système de radiodiffusion canadien. Le coût de production d'une émission en anglais est d'habitude passablement plus élevé que le coût de production d'une émission équivalente en français, ce qui veut dire que ceux qui travaillent du côté anglais sont finalement mieux rémunérés que les francophones, et ce n'est pas juste. Il y a de nombreuses disputes à ce sujet.

Vous faites la distinction entre secteur public et secteur privé. Les arguments ne nous persuadent pas. J'aimerais faire marche arrière et dire que tout un ensemble d'initiatives de politiques publiques, comme le comité Applebaum–Hébert en 1981–1982, ont recommandé de transférer une part plus importante de la production de Radio–Canada, de CBC, au secteur privé.

Il n'y a, à notre connaissance, rien qui prouve que le secteur privé produit des émissions plus efficacement que le secteur public. Sur ce point, je suis d'accord avec vous. Toutefois, il est très important que le Canada ait un secteur privé solide. Aux yeux de notre comité directeur, les bénéfices ne sont pas une mauvaise chose; ce qui compte, c'est ce que l'on fait de ces bénéfices. J'espère que vous inviterez les grandes sociétés de production à participer à ces audiences et que vous leur poserez ce genre de questions.

Il est très important pour l'économie canadienne—comme je connais mieux le marché de langue anglaise, je vous donnerai un exemple de ce secteur—qu'une entreprise comme Alliance Communications, par exemple, ait des bénéfices suffisants pour pouvoir montrer qu'elle est capable de réaliser d'importantes productions, non seulement pour le marché canadien, mais pour raconter le Canada au monde entier.

Récemment, elle a mis fin à une série intitulée *E.N.G.*. C'est une émission de langue anglaise, mais bien connue. Elle a vendu cette série à 48 pays de langue anglaise. Elle est devenue un exportateur très important et rapporte au Canada des

[*Texte*]

resources to Canada that can be used for production purposes. The Friends of Canadian Broadcasting, sympathetic to the need for balance between the private and the public creation of programming, are still not hostile to the Canadian production community in the private sector.

I would say that the challenge to Telefilm, which was the point to your question, is a management challenge to ensure that its money is invested in such a way that returns come back for the public purposes of Telefilm and not for price gouging and profit taking by the private sector. That is something that Telefilm has to do, and on balance does well.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): It is good to have you here, Mr. Morrison.

On page 4 of your brief you comment on this June 1988 final report. We've been hearing a lot about that report from a number of the witnesses who have been here to speak to us. I really wonder who was listening.

• 0930

Of all the recommendations, I wonder which ones have been implemented and which are still sitting on the shelf, gathering dust. Certainly recommendation 29 wasn't listened to, because in 1991 we saw 13 local stations go down across this country. Calgary, as you indicated, was indeed one of them.

I am concerned for our committee's work over the long term, because after all this effort, is anybody going to be listening, first of all? Is anybody really going to care? We are in a fiscal crisis right now in Canada. The country is falling apart.

We keep trotting out this mandate of the CBC. Last night we had one of our witnesses just burst into a passionate dissertation about Canadian patriotism. It was wonderful. But I know when I have been to the CBC Calgary station to do a taping to participate in a hook–up with Toronto, you have to bump the equipment with your elbow to get rid of the static so it works. It's falling apart.

So I would like some comment from you about our own work when we come to the end of this exercise, to get the message, the recommendations we bring forward. . .to have someone listen and take some action, because I am seeing inaction in government. And it is not just Liberals. It was the Tories in the past. It seems to be an exercise ad nauseum.

Mr. Morrison: As I think we all know, communication is a pretty important function in any enterprise. So that is what you are addressing in the packaging and the selling of ideas.

Your predecessor committee heavily influenced the present Broadcasting Act. I watched them do it. They were dealing with a government that was very hostile to the national public broadcaster. Notwithstanding that, the words, the rhetoric of the 1991 Broadcasting Act, are quite strong and supportive of the national public broadcaster. I think you would agree. In fact, as a measure, the number of words describing it quadrupled between 1968 and 1991.

[*Traduction*]

ressources qu'elle pourrait utiliser pour de nouvelles productions. Notre association, «Friends of Canadian Broadcasting», est sensible au besoin de maintenir un équilibre entre les émissions créées dans le secteur privé et dans le secteur public, mais n'est néanmoins pas hostile aux producteurs canadiens du secteur privé.

Je pense que le défi que doit relever Téléfilm, qui était l'objet de votre question, est un défi de gestion qui consiste à veiller à investir son argent de manière à produire un rendement qui servira les objectifs publics de Téléfilm et non pas à gonfler les prix et les bénéfices du secteur privé. C'est ce que Téléfilm doit faire et, dans l'ensemble, elle y réussit.

Mme Brown (Calgary–Sud–est): Je suis heureuse de vous voir, monsieur Morrison.

À la page 5 de votre mémoire, vous faites des observations sur le rapport final publié en juin 1988. Un certain nombre de témoins nous ont longuement parlé de ce rapport. Je me demande vraiment qui écoutait.

De toutes les recommandations, j'aimerais bien savoir celles qui ont été mises en oeuvre et celles qui continuent à s'empoussiérer sur les tablettes. Il est clair qu'on n'a prêté aucune attention à la recommandation 29 car, en 1991, nous avons été témoins de la disparition de 13 stations locales dans ce pays. Comme vous le disiez, Calgary était de ce nombre.

Je m'inquiète des effets à long terme que pourront avoir les travaux de ce comité car, après tous ces efforts, quelqu'un va–t–il nous écouter? Quelqu'un va–t–il s'en soucier? Nous traversons actuellement une crise financière au Canada. Notre pays est en train de se désagréger.

Nous parlons constamment du mandat de la SRC. Hier soir, un de nos témoins s'est lancé dans un discours passionné au sujet du patriotisme canadien. C'était merveilleux. Cela n'empêche pas que lorsque je suis allée faire un enregistrement à la station de la SRC à Calgary, en interconnexion avec Toronto, j'ai constaté que l'on était obligé de donner un coup de coude dans le matériel pour le faire marcher et éliminer les parasites. Ce matériel est à bout de souffle.

Je voudrais donc avoir vos observations sur le message que nous transmettrons à la fin de ces travaux, sur les recommandations que nous allons présenter. . . pour qu'on nous écoute et qu'on prenne des mesures, car le gouvernement demeure inactif. Et je ne parle pas seulement des Libéraux. Avant eux, les Conservateurs ne valaient pas mieux. On a l'impression que cela n'en finira jamais.

M. Morrison: Comme nous le savons tous, je crois, la communication est une fonction assez importante de toute entreprise. Ce que vous avez donc à étudier c'est la présentation et la diffusion des idées.

Le comité qui a précédé le vôtre a profondément influencé la Loi sur la radiodiffusion actuelle. Je l'ai vu à l'oeuvre. Il avait affaire à un gouvernement qui était très hostile au radiodiffuseur national. En dépit de cela, les termes et les raisonnements utilisés dans la Loi sur la radiodiffusion de 1991, sont très favorables à ce radiodiffuseur. Je crois que vous serez d'accord avec moi. En fait, le nombre de mots consacrés à sa description a quadruplé entre 1968 et 1991.

[*Text*]

So I would not put down the work of that committee. I would draw a lesson from it. In fact, in talking to media people who are asking me about your committee, I have tried to make a comment I construe to be positive. The influence of your report would depend to a large measure on the degree to which you can bond across the partisan lines represented in this parliament, to identify certain common views that you might identify and that are significant. If you could achieve a statement responding to the charge before that was substantive and was—is there such a word—tripartisan, you would achieve something very substantial. I would urge you to consider it.

You said the country is falling apart. That could be a comment about the deficit. It could also be a comment about the centrifugal forces that are pulling a country like Canada apart. It is a serious time. From the point of view of the Friends of Canadian Broadcasting, building the sense of understanding and belonging and shared experience amongst Canadians in diverse parts of this country, between the language groups, but just as much across geographic boundaries, is very important. We hope you can rise to that occasion. Should you do so, in our opinion, we would certainly want to help sell your ideas.

Mr. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Thank you very much, Mr. Morrison. An interesting perspective.

I just want to get some clarification. In your report, on page 5, you state that Canadians want their CBC to maintain its local roots, to tell their stories locally and to Canadians living in other parts of the country.

As part of your organization, you do research, you make recommendations. What evidence do you have that Canadians actually want this to happen? Are there viewership surveys that show this?

• 0935

Mr. Morrison: Yes. By the way, Mr. Hanrahan, if you could store that question, I'm going to respond briefly. I would toss that question at the president of the CBC when he shows up on Tuesday. In fact, I believe, Mr. Kiefl, the director of research, has been before you. They know quite a bit. Their research department is famous. It is well known for the quality of its work, and you should be plumbing what they know about that.

We on our side have limited resources, and I have explained why, but we have invested them through a relationship with the firm Compas, the public opinion research firm, to learn as much as we can afford to learn about the views of Canadians.

We have also undertaken quite a bit of focus group activity and small group meetings in places like rural Newfoundland or rural Saskatchewan. We know, both from quantitative data and also from our direct experience, that particularly when you leave the large metropolitan centres, people in this country greatly care about their own experience locally being portrayed and dignified through the media, and they greatly care about exporting that experience to other parts of the country.

[*Translation*]

Je ne me permettrai donc pas de critiquer ce qu'a fait ce comité. J'en tirerais plutôt une leçon. En fait, lors de mes conversations avec des gens des médias qui m'ont interrogé au sujet de votre comité, je me suis efforcé d'en parler de manière constructive. L'influence de votre rapport sera largement tributaire de la manière dont vous réussirez à concilier les points de vue représentés dans ce Parlement, où vous parviendrez à trouver des terrains d'entente sur des points importants. Si vous parvenez à présenter un rapport qui réponde à l'accusation faite auparavant et qui était—je ne sais pas si le mot existe—tripartisane, vous aurez fait quelque chose de très important. Je vous encourage vivement à y réfléchir.

Vous avez dit que notre pays est en train de se désagréger. Cette remarque pourrait aussi bien s'appliquer à notre déficit qu'à l'existence des forces centrifuges qui sont en train de nous déchirer. La situation est grave. Pour «Friends of Canadian Broadcasting», il est très important d'améliorer la compréhension et le sentiment de vivre une expérience commune, chez les Canadiens des diverses régions du pays, chez les divers groupes linguistiques, mais aussi d'une province à l'autre. Nous espérons que vous y parviendrez. Si c'est votre objectif, croyez bien que nous vous aiderons à diffuser vos idées.

M. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Merci beaucoup, monsieur Morrison. Voilà un point de vue intéressant.

Je voudrais un petit éclaircissement. À la page 7 de votre mémoire, vous déclarez que les Canadiens veulent que la SRC conserve ses racines locales et parle d'eux à l'échelon local et régional.

Votre organisme fait des recherches, présente des recommandations. Qu'est-ce qui vous prouve que c'est ce que les Canadiens veulent vraiment? Avez-vous fait des sondages auprès des téléspectateurs qui le confirment?

M. Morrison: Oui. À propos, monsieur Hanrahan, si vous voulez bien mettre cette question de côté, j'y répondrai brièvement. Vous devriez la poser au président de la SRC, lorsqu'il comparaîtra, mardi. Je crois d'ailleurs que M. Kiefl, le directeur de la recherche, a déjà comparu. C'est une question qu'ils connaissent fort bien. Les services de recherche de la SRC sont célèbres pour la qualité de leur travail, et il serait donc bon que vous les interrogiez à ce sujet.

Comme je vous l'ai expliqué, nos propres ressources sont restreintes, mais nous les avons investies dans le cadre d'une association avec la société Compas, le cabinet de recherche sur l'opinion publique, pour essayer d'en apprendre le plus possible sur les points de vue des Canadiens.

Nous avons également créé des groupes de discussion et organisé des réunions de petits groupes en divers endroits tels que les zones rurales de Terre-Neuve ou de la Saskatchewan. D'après les données quantitatives dont nous disposons et notre expérience directe, nous savons que les habitants de ce pays, en particulier en dehors des grands centres métropolitains, attachent beaucoup d'importance à ce que les médias présentent d'eux un tableau respectueux de leur expérience locale, et ils sont très désireux de faire connaître cette expérience dans les autres régions du pays.

[*Texte*]

One of the successes of Newsworld, modest though it is—and Mrs. Brown spoke about hitting the cameras to make them work—is precisely this notion of the appetite of English-speaking Canadians to know about what is going on in other parts of the country.

I would be happy to table some of this stuff with you. In fact, I brought with me a Compas report, which we co-sponsored with *The Financial Post* last October. It was the report during the election campaign, when they first predicted a Liberal majority government. Some of the questions on that survey were commissioned by the Friends. I'd be happy to provide through the clerk, or pass around now, some of the information we have on the attitudes of Canadians.

The Chair: We'd be delighted to get that.

I'm afraid I'm going to have to intervene at this point. We'll come back, but we have to keep moving; we're short of time here. Every one of these folks over here wants to ask you a question. You're obviously a very popular fellow.

Ms Brown (Oakville—Milton): Mr. Morrison, we want to thank you, not just for coming today, but for the work your organization has done, for the most part voluntarily, over many years in supporting and analysing the CBC.

I'm interested by your intro, which talks about the reduction in CBC spending as compared to general government spending and the reduction in the CBC staff as compared to the actual growth in staff of the general government.

What does that tell you and your group about a government that has allowed that to happen and indeed, in some cases, made it happen?

Mr. Morrison: It's not my role to defend the former governments. Don't misconstrue my... I'm going to make an introductory statement.

We said that the parliamentary allocation to the CBC declined by 14%—I think the president is now saying 15%, and probably he has better data—over the years of the Mulroney government. CBC's revenue didn't decline by 15% because they became more commercial and survived through greater dependence on television advertising.

The Friends of Canadian Broadcasting did not start out hostile to the former government. Experience with the former government's values, or lack of values, to the sense of belonging in this country led us to become very skeptical about their trusteeship of the public interest. On no occasion, and I think I would tie this back to my first recommendation, did they allow the then leadership of the CBC, which after 1989 they had appointed, to have the capacity to plan. They kept, on a recurring basis, juggling, always downward, the resources of the corporation, which led to a kind of crisis situation within a very large organization, which was unable to plan and direct its activity.

[*Traduction*]

Une des modestes réussites du Newsworld—Mme Brown disait qu'on était obligé de taper sur les caméras pour les faire marcher—est qu'il a su comprendre la curiosité des Canadiens anglophones pour ce qui se passe ailleurs, au Canada.

Je serais heureux de déposer certains de ces documents pour que vous les consultiez. J'ai, en fait, apporter un rapport de la société Compas, que nous avons commandité avec *The Financial Post* en octobre dernier. C'est le rapport préparé pendant la campagne électorale, dans lequel on prédisait un gouvernement libéral majoritaire. Certaines des questions de l'enquête avaient été commanditées par notre association. Je pourrais le remettre à la greffière, ou faire circuler tout de suite certaines des informations que nous avons sur l'attitude des Canadiens.

Le président: Nous en serions ravis.

Il va malheureusement falloir que j'intervienne. Nous y reviendrons, mais il faut avancer; nous manquons de temps. Toutes ces personnes, sans exception, veulent vous poser des questions. Vous êtes manifestement fort populaire.

Mme Brown (Oakville—Milton): Monsieur Morrison, nous tenons à vous remercier, pas simplement pour être venu aujourd'hui, mais également pour le travail effectué par votre organisme, la plupart du temps bénévolement, depuis de nombreuses années pour apporter un soutien à la SRC et analyser ses activités.

J'ai été frappée par votre introduction dans laquelle vous déclarez que les dépenses de la SRC ont diminué par rapport aux dépenses générales de l'État et que son personnel a été réduit, alors que celui du gouvernement a, en général, augmenté.

Que pensez-vous, vous et votre groupe, d'un gouvernement qui a laissé cela se produire et qui, en fait, dans certains cas, a contribué à la situation?

M. Morrison: Il ne m'appartient pas de défendre les gouvernements précédents. Ne vous méprenez pas sur mes... Permettez-moi de préciser des choses.

Nous avons dit que les crédits parlementaires à la SRC ont diminué de 14 p. 100—je crois que son président parle maintenant de 15 p. 100, et il possède probablement des données plus précises—pendant la période où le gouvernement Mulroney était au pouvoir. Les recettes de la SRC n'ont pas diminué de 15 p. 100 car la Société s'est un peu commercialisée et a réussi à survivre au prix d'une plus grande dépendance à l'égard de la publicité à la télévision.

Au départ, Friends of Canadian Broadcasting n'était pas hostile au gouvernement précédent. Les valeurs auxquelles celui-ci adhérait, ou plutôt l'absence de valeurs, quand le sentiment d'appartenance à ce pays était en jeu, nous ont amenés à nous montrer très sceptiques à l'égard de son souci de l'intérêt public. Jamais, au grand jamais—et je rattacherais cela à ma première recommandation—n'a-t-il permis à la haute direction de la SRC, nommée par lui après 1989, de planifier. Ce gouvernement a constamment jonglé avec les ressources de la Société en les révisant d'ailleurs constamment, ce qui a créé une sorte de situation de crise au sein de cette vaste organisation, qui s'est trouvée incapable de planifier et d'orienter ses activités.

[*Text*] [*Translation*]

• 0940

So the legacy of the Mulroney government—when Mr. Newman's book comes out, he tells me, he'll have a chapter on this—is that it has greatly weakened the public broadcasting capacity in this country, and thereby weakened the capacity of Canadians to know and understand each other. That is a very serious indictment of the former government.

Ms Brown (Oakville—Milton): If we should continue on a similar track as a new government, would you have that same sense about the new government? How do you think that fits with the values of Canadians that you're finding in your public meetings?

Mr. Morrison: Let me just interpret the first little box in our brief to you, very bluntly. This government made a deal with the new president of the CBC, which was: you have to implement some severe cuts next year or the year after or the year after that, $50 million or $100 million cut from the base. He said that he would do it. Now he's going to come to you and talk about his strategic plan, and I'll be interested in hearing what he will have to say.

The other side of the deal was that the government promised Mr. Manera that for a five-year period he would be able to rely on the resources of Parliament. The first litmus test, as I have said, would be if, in the priority toward budget reduction, the government were to think it was necessary to toss up something more from the CBC—because these other things were Don Mazankowski's press releases, even though they haven't yet taken place. That would be the breach of faith.

I'd like to put it positively: we would like to believe that the Government of Canada will do what it said it would do.

Ms Brown (Oakville—Milton): I'm concerned about your report, which is coming on November 29. How is that coming along? Might it be possible for you to speed that up or for us to get it a little bit sooner? We are coming to the end of our parliamentary period prior to Christmas, and I would like to be sure that the input of Friends will be part of the discussion here. I know that you have your brief and we'll take it very seriously, but it is very interesting to know what Canadians across the country are saying about these issues.

Mr. Morrison: No, we cannot speed it up; we're working very hard not to slow it down, which is something you, in writing your report, will experience yourselves. Immediately upon its release—which will be in Ottawa at a meeting that we're co-sponsoring with the Canadian Conference of the Arts—on November 29, we would make sure that members of this committee got it. Also, had you an interest and if you could fit it into your schedule, we would always be available to come to talk to you about our ideas at any time and on any topic.

Mr. Ianno (Trinity—Spadina): Have the Friends been trying to put pressure on the CBC to improve its programming and what it does with its money?

Donc, le legs du gouvernement Mulroney—M. Newman m'a dit que, lorsque son livre paraîtra, il contiendra un chapitre à ce sujet—est un affaiblissement considérable de la capacité de radiodiffusion publique de ce pays et donc, de la capacité des Canadiens de se connaître et de se comprendre. C'est là une accusation très sévère que je porte sur le gouvernement précédent.

Mme Brown (Oakville—Milton): Si le gouvernement actuel suivait la même voie, auriez-vous la même opinion à son sujet? Dans quelle mesure ce qu'il fait s'accorde-t-il avec les valeurs des Canadiens, si vous en jugez d'après vos rencontres avec le public?

M. Morrison: Permettez-moi d'interpréter, très brièvement, le premier encadré dans notre mémoire. Ce gouvernement a conclu l'entente suivante avec le nouveau président de la SRC: L'an prochain, ou les années suivantes, vous allez être obligé d'effectuer des compressions de 50 millions de dollars à 100 millions de dollars. Il a dit qu'il le ferait. Il va maintenant comparaître devant vous pour vous parler de son plan stratégique, et je serais fort intéressé par ce qu'il aura à vous dire.

En contrepartie, le gouvernement a promis à M. Manera que pendant cinq ans, il pourra compter sur des ressources stables, allouées par le Parlement. Comme je l'ai dit, le test déterminant sera de voir si, compte tenu du caractère prioritaire de la réduction du budget, le gouvernement jugera nécessaire de réduire encore les crédits de la SRC—parce que c'était dans les communiqués de presse de Don Mazankowski, même si cela ne s'est pas encore produit. Ce serait alors pour le gouvernement manquer à sa parole.

Je voudrais présenter les choses de manière positive: Nous voulons bien croire que le gouvernement respectera son engagement.

Mme Brown (Oakville—Milton): Je songe également à votre rapport qui doit être présenté le 29 novembre. Avance-t-il? Serait-il possible de nous le soumettre un peu plus tôt? Nous approchons de Noël et de la fin de la session parlementaire, et je veux être certaine que nous pourrons discuter du rapport de votre association. Nous examinerons très attentivement votre mémoire, mais il serait très intéressant pour nous de savoir ce que les Canadiens disent de toutes ces questions.

M. Morrison: Non, nous ne pouvons pas hâter les choses; nous faisons en fait tout notre possible pour ne pas le retarder, situation que vous connaîtrez vous-mêmes certainement lorsque vous rédigerez votre rapport. Dès sa présentation—qui se fera à Ottawa, à une réunion coparrainée par la Conférence canadienne des arts—le 29 novembre, nous veillerons à ce que les membres de ce comité en reçoivent un exemplaire. Par ailleurs, si cela vous intéresse et si votre calendrier vous le permet, nous sommes toujours prêts à venir vous soumettre nos idées sur n'importe quel sujet.

M. Ianno (Trinity—Spadina): Votre association est-elle intervenue auprès de la SRC pour qu'elle améliore sa programmation et la gestion de son budget?

[*Texte*]

Mr. Morrison: The latter, yes. We do not try to intervene in programming matters. As a matter of policy, we do not take positions on whether a program is a good or a bad one—and we don't think you should either, as parliamentarians. There is an arm's-length relationship regarding individual programs.

However, in respect of matters such as how much fiction Canadian content is on the air in prime time, that is a public policy matter and we would urge you, as we ourselves do, to urge the CBC to behave better and to get more with less. In respect of the use of money, yes, definitely, it's a two-way process.

At the moment the relationship between the Friends and the senior management of the CBC is quite good. We have had a rocky relationship with the CBC under Mr. Veilleux's tenure and have been quite critical of its management, its behaviour. It was not the former government, but rather Mr. Veilleux, who closed down the station in Calgary. The former government did many things, but I don't want to hang everything on its hat.

So, yes, we try to advocate to the CBC, and occasionally we might get under its skin somewhat. We are friends of Canadian broadcasting, but not always friends of the CBC. We're friends of the institution, not always friends of its management.

Mr. Ianno: What suggestions might you make in order to make the CBC more efficient so it can increase the amount of Canadian broadcasting?

Mr. Morrison: At a policy level, the most important one is to stick with the five-year funding pledge out of the Liberal Party's red book.

• 0945

Mr. Ianno: I'm sure you've been looking aside from just dealing with the government. You've been looking at the CBC and the broadcasting, and you mentioned the amount that they have been doing. It is somewhere in your brief. I I can't remember the specifics, but it was how much Canadian broadcasting versus non-Canadian. I gather that you must be interested because the children are watching 80%, or whatever the number is, of fictional and non-Canadian.

Are you putting a lot of energy into that, or is it your sole intention? What were you doing before this government came in a year ago and made the pledge of the five-year plan, which I'm sure that it will keep? The question is the amount. What were you doing to try to increase the amount that my children will watch on CBC?

Mr. Morrison: If you will allow me to complete my thought, because I want to link it to your question, in the business of television, from the creation of a fiction program to its actual appearance on the air, the lead time is roughly equivalent to developing a new automobile. We're talking something in the two to three-year range. This is a sophisticated business. That's not just the CBC. I'm talking about Fox, or the Sky channel in the U.K., or CTV. The ability to plan and to know what your resources are into the future and not to have to keep juggling things, planning things, and then stopping and changing is very, very important to effectiveness.

[*Traduction*]

M. Morrison: Oui, dans le second cas. Nous n'essayons pas d'intervenir dans le domaine de la programmation. Nous avons pour politique de ne pas nous prononcer sur la qualité d'une émission—en tant que députés, je ne pense pas, non plus, que vous devriez le faire. Quand il s'agit d'émmissions, nous prenons nos distances.

Par contre, le degré de contenu canadien dans les émissions de fiction, aux heures de grande écoute, relève de la politique publique, et nous vous demandons instamment de faire comme nous, et d'encourager la SRC à mieux se comporter et à faire plus, avec moins de ressources. Pour ce qui est de l'utilisation de l'argent, c'est en effet donnant donnant.

En ce moment, les rapports entre notre association et la haute direction de la SRC sont satisfaisants. Ils étaient beaucoup plus tumultueux à l'époque de M. Veilleux dont nous avons fort critiqué la gestion. Ce n'est pas le gouvernement précédent, mais M. Veilleux lui-même, qui a fermé la station de Calgary. Le gouvernement conservateur a fait bien des choses, mais je ne voudrais pas l'accuser de tous les péchés.

Donc, nous essayons effectivement d'intervenir auprès de la SRC, et il arrive parfois que nous la prenions à rebrousse-poil. Nous sommes les amis de la radiodiffusion canadienne, mais pas toujours ceux de la SRC. Nous sommes les amis de l'institution qu'elle représente, mais pas toujours les amis de sa direction.

M. Ianno: Que suggéreriez-vous pour rendre la Société plus efficiente et augmenter la diffusion d'émmissions canadiennes?

M. Morrison: Au plan des politiques, ce qui compte avant tout, c'est de respecter l'engagement de cinq ans pris par le Parti libéral dans son Livre rouge.

M. Ianno: Je suis certain que vous ne vous êtes pas contenté de traiter avec le gouvernement. Vous avez examiné les activités de la SRC et vous avez dit combien elle a fait. C'est quelque part dans votre mémoire. Je ne me rappelle plus des détails, mais vous compariez les émissions canadiennes et les émissions non canadiennes. Cela doit certainement vous intéresser car 80 p. 100 des émissions que regardent les enfants sont des fictions non canadiennes.

Consacrez-vous beaucoup d'efforts à cela, ou est-ce seulement une intention? Que faisiez-vous avant que ce gouvernement n'arrive au pouvoir, il y a un an, et ne prenne cet engagement de cinq ans, qu'il respectera certainement? Ce qui compte, c'est la quantité. Que faisiez-vous pour essayer d'augmenter le contenu canadien des émissions de la SRC que suivent les enfants?

M. Morrison: Si vous me permettez d'aller jusqu'au bout de ma pensée, car je veux relier cela à votre question, entre la création d'une émission de fiction et sa présentation à la télévision, il s'écoule à peu près autant de temps que pour le développement d'une nouvelle automobile, c'est-à-dire de deux à trois ans. C'est une entreprise très complexe. Je ne parle pas seulement là de la SRC, mais aussi bien de Fox, ou du canal Sky au Royaume-Uni, ou encore de CTV. Notre efficacité dépend, dans une très large mesure, de la capacité de planifier, de savoir ce que seront nos ressources à l'avenir et de ne pas être obligés de jongler avec elles, de s'arrêter et de changer constamment de direction.

[*Text*]

With respect to Canadian content, Mr. Ianno, I would hope that the CBC's strategic plan would offer to Canadianize its television network. It makes no sense to have a national public broadcaster importing American programming and wrapping advertising around it. It makes economic sense, and that's an important point, because you can buy a program like *Cheers* or *The Cosby Show* for $150,000, wrap $250,000 of advertising around it, and turn that hour into a profit centre. That's what Mr. Cassaday does all the time. That's his business. However, it makes no sense for the public broadcaster to do it, and that goes back to reducing the dependency on advertising. It's intimately linked to 100% Canadian content, or almost 100% Canadian content, in prime time.

Le président: M^me^ Tremblay est partie. Madame Gagnon?

Mme Gagnon (Québec): Je peux poser une question maintenant?

Le président: Oui. Allez–y.

Mme Gagnon: Vos membres recommandent un soutien à une présence plus régionale et locale; or, vous savez très bien qu'il y a eu plusieurs coupures de faites en région. Envisageriez–vous de faire des coupures dans le secteur de l'ingénierie qui prend une grosse part du budget? J'ai posé cette question–là hier, déjà.

Mr. Morrison: I would urge you to invite the head of the engineering department of the corporation to come and testify before you. This is a really important subject. It's very difficult for us to understand exactly how much money is locked up in the physical operations. It's a vast enterprise with 500 radio transmitters, 1,000 retransmitters, 70 television stations, etc.

Suggestions have been made by credible people. I believe your chairman shares with me a friendship with Trina McQueen, who used to run a very senior position, vice–president of CBC on the English side. She advocated at one of our public forums in Toronto before the summer that the engineering department be privatized. I think we should take a look at that, because it could be that the CBC could spend money more effectively by buying rather than making some of those services.

That's a good question. It's the kind of question you should ask. I don't have a view that it's necessarily a good idea, but I'm very happy to hear you raising it.

The Chair: It is an interesting thought. Those are the sorts of things on which I wish we had more time to get into that kind of detail.

Mr. Pickard (Essex—Kent): Thank you very much, Mr. Chair—

Mr. de Jong (Regina—Qu'Appelle): A point of order, sir. What rules are you using in terms of recognizing me?

The Chair: The rules I'm using are that I'm doing 7, 7, 7. Then I alternate. I'm going to get to you, don't worry. You won't be left out. When we're completely jammed I have to recognize the recognized parties first. I will do my very best to squeeze you in, but they do have priority. You'll get your turn, I promise you.

[*Translation*]

Pour ce qui est du contenu canadien, monsieur Ianno, j'espère que le plan stratégique de la SRC prévoit la canadianisation de son réseau de télévision. Il est totalement illogique d'avoir un radiodiffuseur public national qui importe des émissions américaines et les entrelarde de publicité. Cela se justifie sur le plan économique, ce qui est important, car vous pouvez acheter des émissions comme *Cheers* ou *The Cosby Show* pour 150 000$, les accompagner de 250 000$ de publicité et faire donc un profit. C'est cela le travail de M. Cassaday. En revanche, c'est indéfendable lorsqu'il s'agit du radiodiffuseur public, et cela nous ramène à la réduction de sa dépendance à l'égard de la publicité. Tout cela est étroitement lié à un contenu canadien à 100 p. 100, ou presque, aux heures de grande écoute.

The Chair: Mrs. Tremblay has left. Mrs. Gagnon?

Mrs. Gagnon (Québec): May I ask a question now?

The Chair: Yes. Go ahead.

Mrs. Gagnon: Your members are in favor of a greater local and regional presence; but you know full well that several cuts were made in the regions. Would you consider cuts in the engineering department which uses up a significant part of the budget? I asked the same question, yesterday.

M. Morrison: Je vous conseille vivement d'inviter le chef du département d'ingénierie de la Société à venir témoigner devant vous. C'est un sujet extrêmement important. Il est très difficile pour nous de comprendre exactement combien d'argent est absorbé par ce secteur. C'est une vaste entreprise qui comprend 500 émetteurs radio, 1 000 émetteurs relais, 70 stations de télévision, etc.

Des gens tout à fait fiables ont fait un certain nombre de suggestions. Je crois que votre président est, comme moi, un ami de Trina McQueen, qui occupait autrefois un poste très élevé comme vice–présidente des programmes anglais de la SRC. À une de nos réunions publiques tenues à Toronto, avant l'été, elle a recommandé la privatisation du département d'ingénierie. Je crois que cela mérite examen, car il se pourrait que la SRC utilise plus efficacement son argent en achetant certains de ces services plutôt qu'en les fournissant elle–même.

C'est une excellente question; c'est le genre de question qu'il faut que vous posiez. Je ne pense pas nécessairement que ce soit une bonne idée, mais je suis très heureux de vous entendre la soulever.

Le président: L'idée est intéressante. Voilà le genre de choses que je voudrais que nous puissions examiner plus en détail.

M. Pickard (Essex—Kent): Merci beaucoup, monsieur le président. . .

M. de Jong (Regina—Qu'Appelle): J'invoque le Règlement, monsieur. Sur quel règle vous fondez–vous pour me donner la parole?

Le président: Celle des trois 7; après quoi, j'alterne. Ce sera bientôt votre tour, ne vous inquiétez pas. On ne vous oubliera pas. Lorsque nous sommes vraiment à court de temps, je suis obligé de donner d'abord la parole à ceux dont l'intervention est déjà prévue. Je ferai de mon mieux pour vous trouver quelques minutes, mais ils ont la priorité. Vous aurez votre tour, je vous le promets.

[*Texte*]

[*Traduction*]

• 0950

Mr. Ianno: I have a point of order, Mr. Chairman. Compared with the other committee I was on, I think you do a very good job of including Mr. de Jong in the process.

Mr. de Jong: I don't know what other committee you've been on, but for my colleagues who are attending other committee meetings the chairman has had the graciousness to include the NDP party in the first round. I'm not included in the first round and at times I'm not included in the second round.

Mr. Ianno: You will notice also, Mr. de Jong, that because of limitations, members are not able to ask the number of questions they would like. So we have to make do with what is available to us and we all compromise.

Mr. de Jong: I don't see any compromise.

The Chair: Excuse me. The point is that, first of all, when we have multiple guests over a period of time, we have, in effect, two rounds made up of different witnesses. This is the first round with the first witness. We will be having a second round and you may well get a second question in. I promise that you're going to get a first question, but it will be short if we take up any more time talking about it.

Mr. Pickard.

Mr. Pickard: Thank you very much, Mr. Chairman.

There are two areas I would like to deal with, Mr. Morrison. I think there is indeed an area where this committee should be looking at public policy and it has to do with local broadcasting by the CBC, a public broadcast agency.

I have my concerns when I sit in Windsor and look at local news stories related to Toronto. The 1989 and 1991 scenario caused a great number of people to move away from the CBC. Baton Broadcasting took over, CTV took over, and there was a tremendous change in viewership. I would like your comment on that because I think there's no way you can omit the local area. I do think that is public policy or should be public policy in many respects.

The second area where I would like to get your comments is the means you're looking at for increasing funding for the CBC. You mention the cable television monopolies and the monthly subscriber fees. Do you have any market research that would indicate support in those areas, where you might go out and sell certain programs at subscriber rates, replays, that type of thing?

There was another one that did raise a little concern on my part. I think I can view this quite well, but could you give me a little more information about how you would implement charges against cable operations, Bell Telephone, and others you mentioned, which would support Canadian content and the Canadian point of view, because of the gross profits they're taking from the system?

Mr. Morrison: Every substantial community in this country needs a chance to hear and see itself on the air. Of all the cuts that took place in 1990–91, Windsor was quite clearly the symbol right across the country. Windsor is a city that looks north at a huge American metropolis. Windsor is totally surrounded by the United States of America, and the cutting of that Windsor station was a tremendous symbolic issue.

M. Ianno: J'invoque le Règlement, monsieur le président. En comparaison de l'autre comité auquel j'appartenais, vous vous débrouillez fort bien pour inclure M. de Jong.

M. de Jong: Je ne sais pas à quel autre comité vous apparteniez, mais pour ceux de mes collègues qui assistent à des réunions d'autres comités, le président a eu l'élégance d'inclure le NPD dans la première série de questions. Je ne suis pas inclus dans la première et parfois même pas dans la seconde.

M. Ianno: Vous noterez également, monsieur de Jong, qu'à cause du manque de temps, les membres ne peuvent pas poser autant de questions qu'ils le souhaiteraient. Il faut donc que nous nous contentions de ce que l'on nous offre et que nous acceptions tous des compromis.

M. de Jong: Je ne vois là aucun compromis.

Le président: Excusez-moi, lorsque nous avons un grand nombre d'invités, nous prévoyons deux séries de questions, avec des témoins différents pour chacune. C'est la première série, et le premier témoin. Nous en aurons une seconde et vous pourrez peut-être alors poser une seconde question. Je vous promets que vous pourrez poser votre première question, mais elle sera bien courte, si nous continuons à discuter.

Monsieur Pickard.

M. Pickard: Merci beaucoup, monsieur le président.

Il y a deux points que je voudrais aborder, monsieur Morrison. Je crois en effet que ce comité devrait examiner la politique publique en ce qui a trait aux émissions locales de la SRC, qui est un radiodiffuseur public national.

Lorsque je suis à Windsor et que je regarde à la télévision les nouvelles locales concernant Toronto, j'éprouve quelques inquiétudes. Ce qui s'est passé en 1989 et en 1991 a amené un grand nombre de personnes à abandonner la SRC. «Baton Broadcasting» et CTV ont pris la relève, et il y a eu un changement considérable du nombre de téléspectateurs. J'aimerais avoir votre avis à ce sujet car il me paraît impossible de négliger le secteur local. C'est une politique publique, ou du moins cela devrait l'être.

Le second point sur lequel j'aimerais avoir votre avis concerne les moyens d'augmenter l'aide financière à la SRC. Vous parlez des monopoles des câblodistributeurs et des frais mensuels d'abonnement. Y a-t-il des études de marché qui montrent que le public est favorable à ce système, à la vente de certains programmes aux abonnés, par exemple, de reprises, etc.

Il y a également autre chose qui m'inquiète un peu. Je crois que je peux fort bien l'envisager, mais pourriez-vous m'en dire un peu plus sur la manière dont vous imposeriez des droits aux câblodistributeurs, Bell Telephone, et à d'autres sociétés mentionnées par vous, à l'appui du contenu et du point de vues canadiens, compte tenu des profits bruts qu'ils tirent du système?

M. Morrison: N'importe quelle collectivité un peu importante de notre pays a besoin de pouvoir s'entendre et se voir sur les ondes. Windsor est manifestement le symbole parfait, pour tout le pays, des compressions effectuées en 1990 et en 1991. C'est une ville qui fait face à une énorme métropole américaine. Windsor est totalement entouré par les États-Unis d'Amérique et la fermeture de cette station a eu une importance symbolique considérable.

[*Text*]

I'm on a board with the president of Chrysler Canada—his name slips my mind right now—and I asked him what he thought about it. He had been telling me how we're living beyond our means and have to cut back, etc. I asked him about this the morning it happened—we were in Windsor—and he said, it's terrible; we really depend on that station; we need it. So when you think of Windsor, you really understand the importance of local programming.

It's a horror story. If you watch the audience changes, there has been a net decline in Canadian viewing and a net increase in American viewing. Baton has done something, so has Electrohome, through the CKCO station in Kitchener.

However, it's a great success story for the new CBC. Has NABET been here already?

The Chair: Last night.

Mr. Morrison: Maybe they told this story. NABET and the corporation have got together and established on a modest basis something that will re-establish the CBC's presence in Windsor. I have to hand it to them. That is something that had not happened in the past. So it's a bit of a success story.

• 0955

The second point is the new funds and the willingness of the people to pay. I have one copy only of a quite substantial research report the Friends prepared for the CRTC as part of a submission, along with the publication *Split Screen*, which I think you're aware of. I can leave it for subsequent distribution to members of the committee.

Canadians have a very large appetite for good Canadian programming. When you ask questions such as, would you rather have popular programs repeated more often, would you rather have more channels, would you rather have higher quality on the existing programs you get, all the time Canadians will opt for wanting better programs. They don't want 500 channels.

So there's quite a bit of information therein.

About the time problem, I will just table it with you. We'd be happy to get into one-on-one with you later.

About all the new players, the cable industry will always tell you there is no price elasticity and it will be a terrible thing if they were to have a special CBC channel in English and one in French, repeating popular programming at other times. Their bias is that they want to save that elasticity for selling more foreign programs. They have that bias all the time, and that's their essential function.

You'll never get them to approve of something that is good for Canadian content. Kicking and screaming. . . They have been richly treated by the taxpayer. They are protected from competition. As St. Luke said, those to whom much has been given, of them also much is expected. I think the cable industry owes Canada something.

About the new players, Bell. . .and I think somebody told me Power corporation is coming before you. I may or may not be correct.

[*Translation*]

Je fais partie d'un conseil auquel siège le président de Chrysler Canada—son nom m'échappe pour l'instant—et je lui ai demandé ce qu'il en pensait. Il me répétait constamment que nous vivions au-dessus de nos moyens et qu'il fallait nous serrer la ceinture, etc. Le matin où cela s'est produit, je lui ai posé la question—nous étions à Windsor—et il m'a dit, c'est terrible; nous avons absolument besoin de cette station. Donc, l'exemple de Windsor vous montre combien la programmation locale est importante.

C'est une histoire d'horreur. Si vous suivez les changements publics chez les téléspectateurs, vous constaterez une diminution nette sur le plan canadien et une augmentation nette, sur le plan américain. Baton a fait quelque chose et Electrohome aussi, grâce à la station CKCO à Kitchener.

C'est cependant un grand succès pour la nouvelle SRC. Le SNTC a-t-il déjà comparu?

Le président: Hier soir.

M. Morrison: Peut-être vous ont-ils raconté cette histoire. Le SNTC et la Société se sont associés pour créer, sur des bases modestes, quelque chose qui permettra de rétablir la présence de la SRC à Windsor. Je dois leur tirer mon chapeau. Cela ne s'était encore jamais fait. Et c'est une réussite.

Le deuxième point concerne les nouveaux fonds et la volonté des gens à payer. Je n'ai qu'un seul exemplaire d'un rapport assez important que notre association a préparé pour accompagner notre présentation au CRTC, en même temps que la publication *Split Screen*, que vous connaissez, je crois. Je peux vous le laisser et vous pourrez le faire distribuer par la suite aux membres du comité.

Les Canadiens sont avides de bonnes émissions canadiennes. Quand vous leur demandez s'ils préfèrent revoir les émissions populaires plus souvent, avoir davantage de chaînes ou des programmes de meilleure qualité, les Canadiens disent toujours vouloir de meilleures émissions. Ils ne veulent pas 500 canaux.

Il y a pas mal d'information ici.

À cause du manque de temps, je me contenterai de le déposer. Nous pourrons en reparler, individuellement, par la suite.

À propos de tous les nouveaux intervenants, les câblodistributeurs vous diront toujours qu'il n'y a aucune élasticité des prix et que ce serait catastrophique s'ils étaient tenus d'offrir un canal spécialisé pour la SRC en anglais et un autre en français, reprenant les émissions populaires à d'autres heures. Le fait est qu'ils préfèrent appliquer cette élasticité à la vente d'émissions étrangères. Cela a toujours été leur préférence, et c'est leur principal rôle.

Vous ne leur ferez jamais accepter une mesure qui soit favorable au contenu canadien. À cor et à cri. . . Le contribuable a été généreux envers eux. On les a protégés de toute concurrence. Comme le disait Saint-Luc, on attend beaucoup de ceux qui ont beaucoup reçu. Les câblodistributeurs sont redevables au Canada.

À propos des nouveaux intervenants, Bell. . .quelqu'un m'a dit, sauf erreur, que Power Corporation doit comparaître devant votre comité. Je ne sais pas si c'est vrai.

[*Texte*]

The Chair: Yes, Power/DIRECTV.

Mr. Morrison: The Power/DIRECTV, Mr. Bell.

If these people want to enter the business of delivering entertainment programming into Canadians' homes, there should be a price of admission. It is not a huge price. We are arguing concepts here. We may be out in our total figures by $50 million or something—

The Chair: What's $50 million?

Mr. Morrison: —but it's the concept that really counts. I'm counting on people such as you and the good folks in the heritage and industry departments with sharper pencils. But I stand by our figures.

What I'm saying is the way that happens is if the Power corporation succeeds in Canadianizing DIRECTV and bringing to Canadian households not just the ones that are beyond cable now but some of the cabled households, thereby introducing competition and choice in the delivery of signals into the home, that is a substantial benefit to them. If Canadian public policy were to allow that to happen—we think it should—then they would have to find a form of contribution they will make, be it voluntary, be it something that is a kind of tax or licence fee.

It's like the discussion between Ms Tremblay and Telecom. That's a management problem. It's a question of technique. The techniques are there if the will is there. I hope your committee is focusing on will.

The Chair: There are other questions on the table. I'm anxious to get them all in. I certainly want to hear now from Mr. de Jong.

Mr. Morrison: Mr. de Jong and I are old-timers here. We've been in these halls—

The Chair: That's why I want to hear from Mr. de Jong.

Mr. de Jong: Let me start from that. You mentioned how the previous committee, when it made its report and dealt with the Broadcasting Act, was really a very non-partisan exercise. In fact—and you mentioned this—while the government of the day was quite hostile to the CBC, the committee, because of its strength and its non-partisanship, was able to bring in an excellent report, and indeed it did influence the legislation.

Having served on this committee, I'm afraid this committee still has some distance to go. The partisan nature of this committee, and in some ways the games played on this committee, to me do not augur well. . .just in terms of how, as a non-partisan associate member of this committee, I'm treated.

On the previous committee, we considered everybody as individuals, not as Conservatives, Liberals, or New Democrats. Individuals participated. Individuals were able to voice their opinions and their ideas and suggestions, with the result that people who were on that committee were committed to that committee. . .instead of rotating all sorts of different new members through the committee, playing their little role without really much dedication to the subject at hand.

• 1000

The Chair: Did members in those days actually ask questions?

[*Traduction*]

Le président: Oui, Power/DIRECTV.

M. Morrison: Power/DIRECTV, M. Bell.

S'ils sont intéressés à offrir des émissions de divertissement aux foyers canadiens, il faut leur faire payer un prix d'entrée. Pas un prix énorme. Ce sont des concepts qui sont en jeu. Nous nous trompons peut-être dans nos chiffres globaux d'une cinquantaine de millions. . .

Le président: Qu'est-ce que 50 millions?

M. Morrison: . . .mais c'est le principe qui compte. Je m'en remets à des gens comme vous et aux responsables des ministères du Patrimoine et de l'Industrie qui sont meilleurs que moi en calcul. Mais je maintiens nos chiffres.

Je veux dire par là que c'est possible si Power Corporation réussit à canadianiser DIRECTV et à offrir ses émissions aux ménages canadiens—et pas seulement à ceux qui sont juste au-delà des réseaux câblés, mais aussi à certains qui ont le câble—introduisant ainsi un élément de concurrence et de choix dans la transmission des signaux aux clients, ce qui représente pour eux un avantage considérable. Si la politique officielle canadienne le permet—comme elle devrait, à mon avis—il faudra alors établir une forme de contribution, qu'elle soit bénévole ou qu'elle prenne la forme d'un impôt ou de droits de licence.

Cela revient à la discussion entre M^me^ Tremblay et Telecom. C'est un problème de gestion. C'est une question de technique. Et c'est techniquement possible si la volonté y est. J'espère que votre comité se concentrera sur la volonté.

Le président: Il y a d'autres questions. J'aimerais que nous puissions les entendre toutes. J'aimerais maintenant donner la parole surtout à M. de Jong.

M. Morrison: M. de Jong et moi sommes des anciens. Nous hantons ces salles. . .

Le président: C'est pour cela que j'aimerais entendre M. de Jong.

M. de Jong: Commençons justement par là. Vous avez dit que le comité précédent, lorsqu'il a présenté son rapport touchant la Loi sur la radiodiffusion, avait vraiment travaillé en dehors de toute partisanerie. De fait—vous l'avez dit—même si le gouvernement était alors très hostile à l'endroit de la SRC, le comité, en raison de sa force et de sa neutralité, a pu présenter un excellent rapport et infléchir le sens de la loi.

Ayant connu l'autre comité, je suis désolé de devoir dire que celui-ci a encore du chemin à faire. Sa nature partisane, les jeux auxquels on s'y prête, ne me disent rien qui vaille. . .il suffit de voir comment on me traite en tant que membre associé et non partisan du comité.

Au sein de l'autre comité, tout le monde était considéré à titre individuel, et non pas comme un Conservateur, un Libéral ou un Néo-démocrate. Le comité était composé d'individus qui pouvaient exprimer leur opinion, leurs idées et leurs suggestions, et qui par conséquent prenaient très au sérieux leur tâche. . .alors que maintenant il passe par le comité toutes sortes de nouveaux membres différents qui viennent jouer leur rôle sans avoir d'intérêt réel pour le sujet.

Le président: À cette époque-là, arrivait-il aux membres de poser des questions?

[*Text*]

Mr. de Jong: Let me start from there, Mr. Chairman, and get that on the record.

The Chair: Would you like to ask your question?

Mr. de Jong: I sure do.

The Chair: Good.

Mr. de Jong: You and several other people who've made submissions to this committee have mentioned the importance of the independence from commercials. I'm coming to the conclusion that it's as important to develop independence from direct government sourcing.

We haven't looked at the lid—and I doubt if we will—in terms of the politics in the CBC as it relates to the government of the day. I suspect there's a chapter to be written on the relationship between the CBC and some of the players in the CBC and the Mulroney government, and previous Liberal governments, and I'm certain that a whole new relationship is now being developed with the current government.

I think of your suggestions as well—and it comes close to what the CCA proposed to us the other day—of getting a greater independence for financing of the CBC by establishing a special fund for production, and your suggestion that we should look at the CBC getting out of the distribution and perhaps concentrating more on the production and less on the hardware.

Is it possible to begin to imagine a CBC that will become not only more independent from commercials but also perhaps more independent from government financing by establishing production funds, as you are suggesting as well?

Mr. Morrison: Thanks for that comment.

On the initial comments of course I have nothing to say, except that I think experience working together over a period of years on a common task has the capacity to cause people to bond. I know that this committee is early in its life, so I'd just like to say that perhaps the cup is half full. I'm hoping that you will rise to that occasion as a Parliament, because this is an important topic.

With respect to government sourcing, there are models in other countries at which you could look. In Scandinavian countries there is strong parliamentary support for national broadcasters that still maintains an arm's–length relationship.

The Friends are committed to that five–year principle. When you negotiate that, you are introducing a level of independence from interference by the Treasury Board Secretariat, a whole range of instruments in the Government of Canada, but particularly from political interference.

I would recommend to you Knowlton Nash's recent book. If there was ever a need to explain that interference in the CBC has not been a partisan issue but has been an issue that all governments have tried to do over the years, his book will make that. . .

Has he been a witness?

The Chair: He is coming.

Mr. Morrison: Good. I urge that, and not just because I like to help him with sales. It is a worthwhile thing.

[*Translation*]

M. de Jong: Laissez–moi d'abord dire cela, monsieur le président, pour que cela figure au compte rendu.

Le président: Voulez–vous poser une question?

M. de Jong: Certainement.

Le président: Bien.

M. de Jong: Comme plusieurs autres qui ont fait des présentations devant ce comité, vous avez dit combien il est important d'être indépendant de la publicité. Je suis arrivé à la conclusion qu'il est tout aussi important d'être indépendant du financement direct du gouvernement.

Nous n'avons même pas effleuré—je doute que nous le fassions—la question des jeux politiques entre la SRC et l'administration au pouvoir. J'imagine qu'on pourrait écrire tout un chapitre sur les rapports entre la SRC, certains de ses représentants et l'administration Mulroney, ou les administrations libérales précédentes, et je suis certain que de nouveaux rapports sont en train de se nouer avec le gouvernement actuel.

Je songe également à votre suggestion, qui se rapproche énormément de ce que proposait l'autre jour la CCA—à propos d'une plus grande indépendance financière de la SRC grâce à la création d'un fonds spécial de production, ainsi qu'à l'idée que la SRC abandonne toute fonction de distribution pour se concentrer davantage à la production et moins au matériel.

Peut–on imaginer une SRC qui serait non seulement moins tributaire de ses revenus publicitaires, mais aussi peut–être plus indépendante à l'égard du financement gouvernemental grâce à la création d'un fonds de production, comme vous le suggériez également?

M. Morrison: Je vous remercie de ce commentaire.

Je n'ai rien à dire, bien entendu, à propos du début de votre intervention, sauf peut–être que travailler en équipe pendant un certain nombre d'années à un objectif commun, cela crée des liens. Comme ce comité en est encore à ses débuts, je préfère penser que le verre est peut–être à moitié plein. J'espère que vous serez à la hauteur de votre rôle de parlementaires, car le sujet est extrêmement important.

En ce qui concerne le financement gouvernemental, vous pourriez examiner ce qui se fait dans d'autres pays. En Scandinavie, les parlementaires appuyent solidement les radiodiffuseurs nationaux tout en assurant l'indépendance de ces derniers.

Notre groupe tient absolument au principe des cinq ans. Cela permet une certaine indépendance à l'égard du Secrétariat du Conseil du Trésor, et de toutes sortes d'autres éléments du gouvernement du Canada, mais cela met avant tout à l'abri de l'ingérence politique.

Je vous recommande le dernier livre de Knowlton Nash. S'il faut démontrer que l'ingérence à la SRC n'est pas le fait d'un parti, mais a posé un problème avec tous les gouvernements qui s'y sont essayés au cours des années, le livre montrera. . .

A–t–il comparu?

Le président: Il va venir.

M. Morrison: Bien. Je vous le recommande, et pas seulement parce que cela fera augmenter son chiffre de vente. Le livre vaut la peine d'être lu.

[*Texte*]

With respect to hardware, I think the conundrum—this comes back to Mrs. Gagnon's question—is that, if the corporation removes itself from owning and operating equipment, there will be a tendency for it to weaken its local and regional capacity in the smaller parts of the country.

You are from Saskatchewan. You'll be familiar with the importance that people in Saskatchewan place on that Saskatchewan role for the CBC. It's a worry. It's not something to be espoused just as a catch-all solution.

The Chair: We'll have to move along. A quick question from Mr. Reed, whom we welcome.

Mr. Reed (Halton—Peel): Thank you very much, Mr. Chairman. I don't mind getting in line, wherever it happens to be.

I first have to declare my conflict of interest here, or what I might say is my intense bias in favour of an organization that gave me some of my first employment as a performer in 1970. I can remember cuts that were going on at that time, when I was admonished for walking into Norman Campbell's office looking for work as a performer and he had just had the heart cut out of his budget for Canadian-built musical variety. That disappeared at that time. It was gone forever. I do have a bias for what I consider to be one of the ties that bind this country together, and I don't think any private institution can do it. I talk as an entrepreneur and a free enterpriser too, but I feel this is an incredibly important denominator for the country.

• 1005

I have some concerns that I think this committee might well address with the CBC. One is the problem with any public corporation of controlling the ceiling on expenditure and how we arrive at that.

I think one of the things one might do is look at some of the management decisions that were made in the past that have injected what I would consider to be undue fat into the system in terms of the way staff is paid, the way contracts are negotiated, and so on.

The other concern that has surfaced recently is the business of bidding where CBC finds itself in a marketplace, of course, and has to compete with Baton or CTV, etc., and this question over bidding for sports programming that appears to be excessive. In other words, somehow there is no ceiling. There's no control over what one would bid in order to get the rights.

I'm very pleased that you brought up the subject of exports and the fact of the potential for exports. I've looked at some other countries in the world that are smaller than Canada and that have built a very strong export market for television programming. I think of Australia as one classic example.

I do feel, in spite of the fact that I have very strong support for the CBC and I believe that we really must support it, somehow some kind of ceiling control has to come into the picture if we are to justify the expenditure.

The Chair: Could you comment briefly? A simple yes, no, or maybe would help.

[*Traduction*]

Quant à l'aspect du matériel, le dilemme—qui nous ramène à la question de M^me^ Gagnon—est que si la Société renonce à posséder et à exploiter son propre équipement, elle sera tentée de réduire sa capacité locale et régionale dans les régions plus éloignées.

Vous venez de la Saskatchewan. Vous savez combien il est important pour les gens de la province que la Saskatchewan joue un rôle au sein de la SRC. Et c'est un problème. Ce n'est pas une panacée.

Le président: Nous devons nous en tenir là. Une question, rapidement, de M. Reed, à qui nous souhaitons la bienvenue.

M. Reed (Halton—Peel): Je vous remercie, monsieur le président. Je veux bien attendre mon tour, quel qu'il soit.

Je dois d'abord déclarer que je suis en situation de conflit d'intérêts, ou plutôt que j'ai un préjugé favorable très marqué pour un organisme auquel je dois quelques-uns de mes premiers contrats d'artiste en 1970. Il y avait déjà des coupures à l'époque et je me souviens d'avoir été réprimandé pour être entré tout droit dans le bureau de Norman Campbell demander du travail alors qu'on venait de lui sabrer son budget pour les émissions de variétés musicales réalisées au Canada. Elles ont disparu à cette époque. À tout jamais. J'ai un net préjugé pour cet organisme qui à mes yeux constitue un des liens qui unissent ce pays, comme aucune institution privée ne peut le faire selon moi. Je m'exprime ici en tant qu'entrepreneur, et qui croit à la libre entreprise, mais je vois là un dénominateur commun extrêmement important pour le pays.

J'ai un certain nombre de préoccupations que le comité devrait soulever avec la SRC. Il y a notamment la question d'arriver à contrôler les dépenses dans un organisme public, quel qu'il soit.

Il faudrait peut-être examiner certaines des décisions de gestion qui ont été prises par le passé et qui ont introduit dans le système ce que je considère comme une dose de gras excédentaire dans les salaires des employés, la négociation des contrats, etc.

Il y a un autre problème, apparu récemment, qui concerne les soumissions et la place de la SRC sur le marché, en concurrence avec Baton ou CTV, et la question des soumissions pour les émissions sportives semble tout à fait excessive. Autrement dit, il ne semble pas y avoir de limite. Il ne semble y avoir aucun contrôle sur la somme qu'on peut offrir pour obtenir les droits de diffusion.

Je suis heureux que vous ayez mentionné la question des exportations et de leur potentiel. J'ai étudié le cas d'autres pays, plus petits que le Canada, qui ont réussi à se doter d'un excellent marché d'exportation pour leurs émissions télévisées. Je songe notamment à l'exemple classique de l'Australie.

Bien que je sois un ferme partisan de la SRC, convaincu qu'elle mérite notre soutien, j'estime néanmoins qu'il faut imposer une limite si nous voulons pouvoir justifier les dépenses.

Le président: Pourriez-vous répondre brièvement? Peut-être par un simple oui ou non.

[*Text*]

Mr. Morrison: I will try to be very brief but it is a substantive question, Mr. Chair. Dealing with expenditure control and fat, you don't hear that as much any more. There's enough pain. I think that situation, were it ever to have been the case, is much less so today. But you have raised an important point and, if the chair would just indulge me, it's the matter of sports, the Atlanta bid and all of that.

CTV are among the people I mentioned at the outset. They have an absolute vested interest and a reason for being here to defend their interest. They would love to get CBC out of the business of delivering sports, which is Canadian culture. I noticed a *Globe and Mail* reporter recently called it "low culture", and we precisely support it for that reason.

Take this crazy business that they only made $2 million on it. They don't measure Loblaws in terms of profit on revenue. They measure Loblaws in terms of return on equity, but yet they somehow turn it around and change it.

The fact is that CTV are a great organization and one we would like to defend, but we have to defend them against their owners because the owners are the local stations around the country. They don't give Mr. Cassaday enough network programming hours that he can control, that he can go to Atlanta and buy a whole lot of programming. The Olympics aren't generated to suit CTV's schedule, so he doesn't have the capacity to handle an Olympic games and generate the kind of revenue that CBC has.

Let the CBC tell its own story there, but that's a bill of goods from CTV and not worthy of them, because they benefit a great detail from federal public policies, and if it were not for the CBC there would be a lot more heat on them to be doing more for Canada.

Mr. Hanrahan: In terms of your recommendations for increased revenue on page 7—I think Mr. Pickard related to this earlier—that CBC should offer a second channel in each language for rebroadcasting popular Canadian programs on cable at a charge of $3 per subscriber per month, would that $3 charge be something that I, as a consumer, could choose to have, or would it be part of a broader package of channels that I would have to take if I wanted to get the other channels?

• 1010

Mr. Morrison: Respecting the chairman's sort of yes–no approach, the CRTC has a tiering policy, so there are some things you must take and there are some you can take. In some systems it goes up to about ten levels. You can pay an extra $20 and get Chinese language programming. With that, we see this second channel as something that would be on the basic core service and would be financed by all cable subscribers. It would therefore be something that you would not have the option not to take. It would be part of the core, in the same way as CTV or Access Alberta or anything else might be a basic service for you.

[*Translation*]

M. Morrison: Je vais essayer d'être bref, monsieur le président, mais c'est une question de fond. On ne parle plus beaucoup de contrôle des dépenses et de gras. On a déjà assez serré la vis. Si ce que vous décrivez a déjà été vrai, ça l'est beaucoup moins aujourd'hui. Mais vous avez soulevé un point important—si le président le permet—qui est celui des sports, de la soumission pour les jeux d'Atlanta, notamment.

CTV fait partie des groupes que j'ai mentionnés au départ. Il a un intérêt acquis et une excellente raison pour venir le défendre. CTV ne demanderait pas mieux que de voir la SRC se retirer complètement des émissions sportives, qui sont un élément de la culture canadienne. Un journaliste du *Globe and Mail* parlait récemment «culture de bas niveau» et c'est justement pour cette raison que nous l'appuyons.

Prenez cette histoire selon laquelle ils n'auraient fait que 2 millions de dollars de bénéfices. On ne juge pas les résultats de Loblaws en fonction de ses bénéfices sur les revenus. On juge les résultats de Loblaws en fonction du rendement des capitaux propres, mais on a présenté la chose différemment.

Le fait est que CTV est un excellent organisme que nous aimerions pouvoir défendre, mais nous devons le défendre contre ses propriétaires, car il est entre les mains des stations locales éparpillées dans tout le pays. M. Cassaday n'a pas suffisamment d'heures de programmation qu'il peut contrôler sur le réseau, pour pouvoir aller à Atlanta et acheter toute une programmation. Les Jeux olympiques ne sont pas organisés en fonction de la grille–horaire de CTV et, par conséquent, il n'a pas la capacité nécessaire pour retransmettre les Jeux olympiques et en tirer les mêmes revenus que la SRC.

Permettez que la SRC vous donne sa version des faits, mais CTV vous raconte des histoires, et ce n'est pas à leur honneur, car le groupe tire un très grand avantage des politiques fédérales, et sans la SRC, la pression serait beaucoup plus forte pour que CTV en fasse davantage pour le Canada.

M. Hanrahan: En ce qui concerne vos recommandations pour l'accroissement des revenus, à la page 9—je crois que c'est M. Pickard qui en a parlé tout à l'heure—proposant que la SRC offre une deuxième chaîne dans chaque langue pour la rediffusion des émissions canadiennes populaires sur le câble, au prix de 3$ par mois par abonné, l'abonnement serait–il facultatif ou serait–il inclus dans le nombre de chaînes que je dois accepter si je veux avoir le câble?

M. Morrison: À propos de l'attitude quelque peu ambiguë adoptée par le président, le CRTC suit une politique selon laquelle plusieurs volets de programmation sont offerts: il y a donc des chaînes que vous devez prendre et d'autres que vous pouvez prendre. Dans certains systèmes, il y a jusqu'à dix volets. En payant 20$ de plus, vous pouvez disposer de programmes en chinois. Cela dit, pour nous, cette deuxième chaîne serait offerte sur le service de base et serait financée par tous les abonnées du câble. Ce serait donc une chaîne que vous n'auriez pas la possibilité de ne pas prendre. Elle ferait partie du service de base, de la même façon que CTV ou Acces Alberta ou toute autre chaîne qui, pour vous, fait partie du service de base.

[*Texte*]

The Chair: I have a last question relating to the question Julian Reed asked. I made an interesting slip when I introduced you. I said "He represents the friends of public broadcasting", and then you hit hard the Canadian broadcasting.

Mr. Morrison: Time warp, Mr. Chairman.

The Chair: The point is that I assumed your chief concern is to get the Canadian voice out there. It's not that you're just an apologist or friend of the CBC; whatever will allow that to take place in the broadcasting system is the bottom line.

The thing I find curious is that, if I've got it right, the end of the game is to get more Canadian voices out there. If you look on English television as a system—and we had this put to us very cogently by somebody from Quebec—if you view the whole thing as a system, which has changed dramatically from the foundation of the CBC in 1952, if in that system there are increasing Canadian voices through a variety of methods, through the creation of TVO and the Knowledge Network and so on, through even the odd-ball creations such as CITY-TV, which now present alternative voices, at least in Toronto on the evening news, I am curious that when you were asked the sports question the system is delivering sports. Why does the CBC have to do it as well? Providing the Canadian system is delivering sports, who cares whether we watch baseball, the great Canadian sport with all those Dominican Republicans, on CTV, Global, or CBC? Why does it matter as long as you're a friend of the Canadian broadcasting system?

Mr. Morrison: Cable passes 80% of Canadian households and 72% of Canadian households subscribe to it. We care, if anything, more about the other 28% or 20% of Canadian households. Once TSN handles it, they're out. They don't get it. It's a satellite cable delivery system. So there is the question of Canada-wide and there is the question of remote locations.

Secondly, in a level playing field the CBC should not have its hands tied behind its back. It should have the right to compete for sports. In our judgment, it is a major Canadian binding issue, a sense of belonging, something like *Hockey Night in Canada*.

Mr. Cassaday is perfectly free to bid for it. In our judgment, his arguments do not stand up. He has not made his case. He has very good public relations, but not substance.

Beyond that, Mr. Chairman, on your basic question, yes, we have TV Ontario, the Knowledge Network, and Moses Znaimer.

Remember that at the outset—and I would think I don't need to tell you to remember—the biggest problem with the English language system is that only 4% of the fiction programming, the programming that touches the emotions—not

[*Traduction*]

Le président: J'ai une dernière question qui est liée à celle que Julian Reed a posée. J'ai fait un lapsus intéressant lorsque je vous ai présenté. J'ai dit: «Il représente les amis de la radiodiffusion publique» et voilà que vous vous montrez sans pitié pour la radiodiffusion canadienne.

M. Morrison: Tout change avec le temps, monsieur le président.

Le président: Ce que je veux dire c'est que, du moins je le présume, vous vous préoccupez surtout d'assurer une présence canadienne sur les ondes. Votre rôle ne se réduit pas à faire l'apologie de la SRC ni à lui apporter un soutien amical; le principal c'est tout ce qui permettra à une présence canadienne d'exister dans le système de radiodiffusion.

Ce que je trouve curieux, si je comprends bien ce dont il s'agit, c'est que le but de l'exercice est de multiplier les voix canadiennes entendues sur nos ondes. Si l'on prend la télévision de langue anglaise en tant que système—et c'est quelque chose que nous a fort bien expliqué un témoin venu du Québec—c'est un système qui a énormément changé depuis la création de la SRC en 1952, c'est un système où les voix canadiennes se sont multipliées de diverses façons, grâce au lancement de TVO, du Knowledge Network, etc., même grâce à des chaînes bizarres comme CITY-TV, ce qui fait que l'on a le choix, du moins à Toronto, pour les émissions des nouvelles de la soirée. Ce qui m'étonne c'est la façon dont vous avez répondu à la question concernant les sports: le système en propose; pourquoi la SRC doit-elle également le faire? À partir du moment où le système canadien offre des émissions sportives, qu'est-ce que cela peut faire que nous regardions des matchs de baseball, ce grand sport canadien dont les grandes vedettes viennent de la République dominicaine, sur CTV, Global ou la SRC? Qu'est-ce que cela peut faire à partir du moment où vous soutenez le système canadien de radiodiffusion?

M. Morrison: Quatre-vingts pour cent des foyers canadiens pevent avoir accès au câble et 72 p. 100 d'entre eux y sont abonnés. Nous nous préoccupons, en fait, davantage des 28 et 20 p. 100 de foyers canadiens qui restent. Si TSN a l'exclusivité du baseball, ces foyers sont laissés pour compte, ils n'ont pas accès à ces matchs. C'est en effet un système de diffusion du satellite au câble. Par conséquent, il y a la question de la distribution à l'échelle du Canada et celle des régions éloignées.

Deuxièmement, pour que tous les joueurs soient à égalité, l'on ne devrait pas lier les mains de la SRC. La Société devrait avoir le droit de se mettre sur les rangs pour les émissions sportives. De notre point de vue, c'est un facteur d'importance majeure pour unir les Canadiens, leur donner un sens d'appartenance, quelque chose comme *La Soirée du hockey*.

M. Cassaday a parfaitement le droit de tenter l'aventure. De notre point de vue, les arguments qu'il avance ne tiennent pas. Il n'a pas réussi à prouver qu'il y arriverait. Il est très bon au chapitre des relations publiques, mais pour le reste, c'est du vide.

À part cela, monsieur le président, en ce qui concerne le fond de votre question, oui, nous avons TVO, le «Knowledge Network», et Moses Znaimer.

Il faut se rappeler qu'au départ—et je pense que je n'ai pas vraiment besoin de vous rappeler cela—le problème majeur qui se pose à propos du système anglophone c'est que seules 4 p. 100 des émissions de fiction, les émissions qui parlent à nos

[*Text*]

news, current affairs, all that, where we do very well—is Canadian in origin. TV Ontario does almost none of that. It can afford none of it. It is expensive programming. So it is that of which we are short systemically.

As I mentioned—and someone can try to contradict us—when Canadians are there to watch, 80% of CBC's content is that Canadian stuff, and when Canadians are there to watch, 20% of the viewing on CTV is Canadian stuff.

• 1015

So keeping one's eye on fiction programming, and then answering your question briefly about the Friends, we support CTV, and to the CRTC we really support them against their owners because they need support in the public interest. We support Canadian broadcasting wherever it is there. We keep an eye on the cable companies. This is not just a CBC-oriented organization. In fact, 50% of our energy this year is going into the cable issue.

My urging is that as part of that system we need a strong public presence, and we need to keep our eye on the other folks too. We by no means want to let them off the hook.

The Chair: Thank you very much. We've kept you beyond your time. I suspect that didn't bother you too much. We very much enjoyed your presentation. It was very helpful. Now we'll have to move right along to the next presenters. Thank you for coming.

• 1016

[*Translation*]

émotions—pas les nouvelles, les affaires publiques, toutes ces émissions où nous nous débrouillons très bien—sont d'origine canadienne. TVO n'en fait presque pas. Cette chaîne ne peut pas se le permettre. Il s'agit d'une programmation qui coûte cher. C'est donc ce qui nous manque systématiquement.

Comme je l'ai indiqué—et l'on peut bien essayer de nous contredire—lorsqu'il y a des Canadiens qui veulent bien regarder, 80 p. 100 du contenu des émissions diffusées par la SRC est canadien alors que ce que l'on peut voir sur CTV n'est canadien qu'à 20 p. 100.

Donc, si l'on parle d'émissions de fiction et pour répondre brièvement à votre question concernant notre association, nous soutenons CTV et, pour ce qui est du CRTC, nous soutenons en réalité la chaîne en dépit de ses propriétaires parce que c'est un appui qui va dans le sens de l'intérêt public. Nous sommes en faveur de la radiodiffusion canadienne, où qu'elle se trouve. Nous nous intéressons aux compagnies de câblodistribution. Notre organisme ne se préoccupe pas uniquement de la SRC. En réalité, la moitié de nos activités cette année sont consacrées à la câblodistribution.

Ce que je veux souligner avec insistance c'est que, dans le cadre du système, nous avons besoin d'un service public fort, tout en suivant de près ce que font les intervenants de l'autre secteur. Il n'est pas question de les laisser s'en tirer à bon compte.

Le président: Merci beaucoup. Nous vous avons gardé plus longtemps que prévu. J'ai l'impression que cela ne vous a pas trop ennuyé. Nous avons beaucoup apprécié votre exposé. Cela s'est avéré fort utile. Il nous faut maintenant passer à nos prochains témoins. Merci d'être venu.

• 1019

The Chair: I would ask everybody to take their places.

Le président: Je vous prie de prendre place.

• 1020

Alors, voilà. Nous avons deux groupes devant nous, et nous avons aussi un autre comité qui est sur le point d'arriver. Donc, on va faire tout de suite deux présentations de dix minutes chacune. Ensuite, on va faire un tour de table de cinq, cinq et cinq minutes. Je regrette l'absence de nos collègues qui sont en train de faire des commentaires à la Chambre des communes au sujet d'un certain ministre qui n'a pas démissionné.

Madame Laberge, nous nous excusons une fois de plus pour la confusion totale qui règne au Comité. Mais que voulez-vous, c'est le Parlement du Canada.

Alors, allez-y.

Mme Diane Laberge (directrice, Institut canadien d'éducation des adultes): Je voudrais remercier les gens du Comité de nous avoir invités à participer à cette consultation.

So, we have two groups to hear from, and there is another committee that is about to arrive. We will proceed directly to the two presentations for 10 minutes each. Then we will have a five-minute question round for each party. I am sorry that some of our colleagues are missing, because they are in the House of Commons commenting on a certain minister who has not resigned.

Miss Laberge, we apologize once again for the total confusion here at the Committee. What can I say, this is the Parliament of Canada.

So, please go ahead.

Ms Diane Laberge (Director, Canadian Institute of Adult Education): I would like to thank Committee members for inviting us to take part in your study.

[*Texte*]

Je vais d'abord faire une brève présentation de l'Institut canadien d'éducation des adultes, parce que peut–être que toutes les personnes ici présentes ne connaissent pas l'Institut. Nous sommes un organisme canadien francophone, sans but lucratif, qui oeuvre dans le champ d'éducation des adultes et. . .

Le président: À travers le Canada?

Mme Laberge: Oui, depuis bientôt 50 ans. Je dirais que c'est un organisme qui a accompagné et beaucoup influencé le développement des politiques publiques et dans le champ de l'éducation des adultes et dans le champ de la radiodiffusion pendant ces années–là.

On fait principalement de l'analyse des politiques publiques, de la recherche et du développement dans le champ éducation des adultes et radiodiffusion et concertation des partenaires. On regroupe une centaine d'organismes issus autant du milieu syndical, communautaire, que des institutions publiques en éducation et en communications.

Je suis accompagnée de M^me^ Lina Trudel dont l'expertise est reconnue dans le domaine des communications, et qui travaille à l'Institut. Elle a publié des documents au niveau de la télévision publique d'Europe, et au niveau de la population face aux médias, et a encadré beaucoup d'études et de recherche.

Donc, comme nous sommes surtout centrés sur le champ de l'éducation des adultes, on sera davantage préoccupés du rôle et de la mission de Radio–Canada.

L'ampleur des mutations qui frappent actuellement l'ensemble des sphères d'activités nous obligent à repenser la mission de la télévision publique et à revoir les liens entre l'école, les médias, et la qualité de la vie culturelle et démocratique. Pour nous, la télévision publique doit retrouver sa place d'outil et être mise au service d'autres finalités qu'elle–même. La réflexion sur son rôle doit donc déborder pour nous le seul contexte télévisuel.

Comme vous le savez, l'information et le savoir constituent désormais les principaux facteurs de progrès et de réussite sociale. Ce contexte pose de nouveaux défis à la télévision publique. Celle–ci devra notamment contribuer à développer et à relever le niveau de culture scientifique et technologique de la population.

Avec le développement des canaux spécialisés payants, l'accès aux contenus et aux informations à valeur ajoutée, risque, de notre point de vue, d'être réservé aux personnes mieux nanties. Mettre en place des mesures pour éviter l'établissement d'une société à deux vitesses sur le plan de l'information et du savoir devrait, quant à nous, constituer une mission importante du service public.

Plusieurs facteurs participent à la dislocation des liens sociaux et à l'éclatement des valeurs et références d'identité nationale. L'exclusion économique et politique d'un nombre croissant de citoyens contribue à miner leur confiance dans les institutions et favorise le repli sur la vie privée autour de regroupements d'intérêts ou d'ethnies spécifiques. Cette tendance mène à la ghettoïsation et à la fragmentation de nos sociétés, et sera peut–être de plus en plus renforcée par la multiplication des réseaux électroniques de communication et des canaux spécialisés.

[*Traduction*]

I will start by briefly introducing the Canadian Institute of Adult Education, because perhaps not everyone here is familiar with it. We are a French–Canadian, non–profit organization working in the area of adult education and. . .

The Chair: Across Canada?

Ms Laberge: Yes, for close to 50 years. I would say that this organization has had a great impact on the development of public policy in the area of both education and broadcasting over the years.

Our main activity is public policy analysis, research and development in adult education and broadcasting, and cooperation among partners. Our members are from about 100 organizations representing union and community groups and public education and communications institutions.

With me today is Ms Lina Trudel whose works at the Institute and whose expertise in communications are well known. She has published papers on public television in Europe, people and the media, and has directed many studies and research projects.

Hence, since we are mainly interested in adult education, we will be more concerned about the CBC's role and mission.

The scope of the changes affecting all spheres of activities today requires us to rethink the role of public television and to review the links between schools, the media and the quality of our cultural and democratic life. We think public television should once again become a tool and be used to meet other objectives. Any study of its role must, in our view, go beyond the context of television alone.

As you know, information and knowledge have now become the main factors contributing to progress and social success. This means public television is facing new challenges. Public television must contribute, among other things, to developing and raising the public's knowledge of scientific and technological issues.

With the development of pay specialty channels, access to value–added programming and news is in danger of being for the rich only. An important function of public television should be to take steps to avoid having this type of a two–tier society in the area of information programming and knowledge.

A number of factors contribute to the breakdown of social ties and the disappearance of values and references that promote our national identity. The economic and political exclusion of a growing number of people helps undermine their confidence in our institutions and encourages people to focus more on their private lives to various interests or ethnic groups. This trend leads to the creation of ghettos and the fragmentation of our society, and may be increasingly strengthened by the growing number of electronic communications networks and specialty channels.

[*Text*]

Parallèlement à cette tendance de fragmentation des intérêts, nous assistons à un mouvement d'uniformisation des goûts et des modes de vie à l'échelle internationale. Ce phénomène n'est pas sans renforcer auprès du public l'attrait pour les grandes productions américaines.

Ce nouveau contexte éclaire donc de façon toute particulière la contribution sociale et culturelle qui devrait être celle d'un réseau national public à vocation généraliste. Dans nos sociétés éclatées et pluralistes où les individus sont de plus en plus isolés, la télévision généraliste constitue un des principaux outils favorisant les liens sociaux.

• 1025

La télévision publique représente effectivement le principal instrument permettant le développement et le partage d'une culture civique commune et la promotion de notre identité culturelle et ce, tant pour la communauté francophone qu'anglophone.

Pour juger de la pertinence et de la nécessité de la télévision publique, il ne faut certainement pas se baser uniquement sur des mesures d'auditoire ou de rentabilité, mais bien davantage se demander ce qu'il serait advenu du Canada et ce qu'il en adviendrait sans l'existence de la Société Radio-Canada.

Si nous réduisons les enjeux de société à la seule dimension économique, nous pourrions être amenés à conclure qu'investir dans la télévision publique n'est plus une priorité.

Par contre, si nous prenons en considération la contribution de la SRC dans le domaine de l'information aux citoyens pour leur permettre de comprendre et d'agir dans une société en mouvement, si nous considérons également son apport au développement des talents créateurs et à l'expression artistique ainsi que sa contribution au rayonnement international du Canada, nous arrivons forcément à la conclusion que l'existence d'un réseau national public dans le contexte géographique et démographique canadien, est et demeure une nécessité vitale pour la survie et le développement de notre société.

Au niveau de la programmation, si on reproche avec raison à la SRC de ne pas de démarquer suffisamment de celle qui est offerte par les réseaux privés, il faut aussi, pour en évaluer la performance réelle, pouvoir se baser sur des bilans plus évolutifs et moins impressionnistes.

Plusieurs études ont largement démontré que malgré la multiplication des intervenants privés dans ce domaine, la SRC demeure toujours le principal responsable des investissements effectués dans le domaine de la production canadienne. Selon les chiffres de la SRC, il s'agirait de 42 p. 100 de la production.

Si on ajoute à cette contribution celle qui provient des fonds de Téléfilm Canada, on constate que le financement de la production canadienne provient principalement des fonds publics.

La télévision publique canadienne et particulièrement son réseau français, se distingue parmi les télévisions publiques du monde par sa créativité, sa capacité de produire des émissions dramatiques de qualité. Le réseau français a su développer cette tradition de qualité, malgré un cadre budgétaire relativement limité, du moins en comparaison des budgets de production alloués au réseau anglais ou en comparaison des standards internationaux dans ce domaine.

[*Translation*]

In addition to this turn toward fragmentation, we are seeing a move towards standardization in tastes and lifestyles throughout the world. This phenomenon strengthens the public appeal of major American productions.

This new context sheds a very specific light on the social and cultural contribution that should be made by a national public network with a generalist approach. In pluralistic societies, in which individuals are increasingly isolated, television with a generalist approach is one of the main tools that encourage the establishment of social ties.

Public television is in fact the main instrument which allows us to develop and share a common culture and to promote our cultural identity in both the Anglophone and Francophone communities.

In determining whether public television is relevant and necessary, we must not solely rely on viewer ratings and cost effectiveness, but rather we must take a closer look at what would have become of Canada and what would become of Canada without CBC.

If we look at issues solely from an economic view, we could be led to conclude that investing in public television is no longer a priority.

However, if we take into account CBC's contribution to keeping citizens informed so that they are able to understand and live in a changing society, and if we also consider its contribution to the development of creative talent and to artistic expression as well as its contribution to Canada's influence throughout the world, we inevitably draw the conclusion that a national public network, in the Canadian demographic and geographic context, is and remains vital for the survival and development of our society.

If we criticize CBC justifiably for not doing enough to distinguish its programming from that which is offered by private networks, we must also be able to use more progressive and less impressive assessments in order to evaluate real performance.

Several studies have clearly shown that despite the increase in the number of private participants in this area, CBC remains the main investor in Canadian productions. Based on figures from CBC, they are responsible for 42% of it.

If we add on the funds from Telefilm Canada, it becomes apparent that financing for Canadian programs comes primarily from public funding.

Canadian public television, and especially its French network, stands out among public television networks in the world because of its creativity, and its ability to produce quality dramas. The French network has developed this tradition of quality, despite a relatively limited budgetary framework, at least in comparison with budgets allotted for the English network or in comparison with international standards in this field.

[*Texte*]

Ces émissions ont une portée considérable sur le plan culturel et un effet d'entraînement important auprès du secteur privé. Sur un plan plus économique, les retombées touristiques d'un succès comme «Les filles de Caleb» dans les pays francophones d'Europe, mériteraient aussi une attention toute particulière.

Dans une étude réalisée pour l'ICEA sur l'évolution de la programmation de la télévision québécoise depuis 1968, on démontre que la télévision publique se démarque par sa plus grande préoccupation pour les émissions d'information et surtout pour celles d'affaires publiques.

Ces émissions occupent en moyenne deux fois plus d'espace qu'à la télévision privée. Cette spécificité du service public revêt pour nous une grande importance, car dans un monde de plus en plus complexe où les citoyens auront besoin d'information plus fouillée pour comprendre les enjeux de société et participer aux débats et affaires de la cité, il nous semble qu'il s'agit d'une mission importante pour la télévision publique.

Le caractère distinct de la télévision publique ne demeure toutefois pas aussi marqué que l'on pourrait le souhaiter. De par la Loi sur la radiodiffusion de 1991, la SRC doit présenter une programmation équilibrée qui renseigne, éclaire et divertit.

Notre étude indique que la SRC réserve aux heures de grande écoute une part minime aux émissions culturelles et de connaissance, tandis que le sport jouit, par contre, d'une place beaucoup plus enviable. Sur la base de cette étude, il apparaît que la SRC n'a pas su fournir au large public francophone un nombre suffisant d'émissions pour les éclairer sur les diverses réalités et enrichir leurs connaissances.

À l'automne 1993, nous avions accueilli un retour digne de mention des émissions dites de connaissances, mais cet effort ne semble pas avoir été poursuivi cette année.

Quant à nous, les contraintes financières n'expliquent pas à elles seules les choix actuels de la programmation, mais relèvent aussi du fait que les nouvelles stratégies de la SRC s'inscrivent davantage dans une perspective d'industrie culturelle que dans celle d'une culture de service public.

Bien sûr, les compressions budgétaires obligent dans une certaine mesure les télédiffuseurs publics à recourir de plus en plus au financement publicitaire et à faire en conséquence certains choix de programmation. Toutefois, la part actuelle des revenus publicitaires à la SRC, 22 p. 100, ne justifie pas qu'elle exerce un tel poids sur la grille de programmation. Signalons à titre de comparaison, que la part moyenne des revenus publicitaires des chaînes publiques européennes se situe autour de 30 p. 100.

La décision prise par la SRC de réduire au minimum ses activités régionales s'inscrit aussi dans cette logique d'industrie culturelle. Le syndicat des journalistes a souligné à cet égard que la réduction des coûts de production en région a été accompagnée d'une augmentation des coûts de production au niveau du réseau. Il n'y a donc pas eu d'économies réalisées.

• 1030

En outre, la SRC a été, ces dernières années, beaucoup trop utilisée comme tremplin pour le développement de la production audio-visuelle privée. L'obligation faite à Radio-Canada d'acheter une part croissante des productions indépendantes, a un certain nombre d'effets pervers qu'il faudrait évaluer plus profondément.

[*Traduction*]

These programs have considerable impact on culture and drive the public sector to a large extent. From an economic perspective, the success of a program such as *Les filles de Caleb* in Francophone countries in Europe has had significant spin-offs in tourism, and also warrants specific attention.

A study conducted for the ICEA on the development of TV programming in Quebec since 1968 showed that public television has distinguished itself by its great concern for news programs and especially for public affairs programs.

On average, CBC allots twice as much time as private television for these programs. First, the specificity for public service takes on particular importance, because in an increasingly complex world where citizens need more in-depth information to understand societal issues and to participate in the country's debates and affairs, we believe that this is an important mandate for public television.

Public television is not, however, as distinctive as we would have hoped. Under the Broadcasting Act of 1991, CBC must provide balanced programming which is informative, enlightening, and entertaining.

Our study shows that CBC sets aside few prime time hours for cultural and knowledge-based programs, whereas sports are in a much more enviable position. On the basis of this study, it appears that CBC has not been able to provide the general Francophone public with an adequate number of programs to explain various realities to them and to help them enrich their knowledge.

In the fall of 1993, it is worth mentioning that we welcomed the return of knowledge-based programs, but this effort doesn't seem to have been continued this year.

In our opinion, financial constraints alone do not explain the current choices; these choices result from the fact that CBC's new strategies are increasingly prepared from a cultural industry perspective rather than from a public service culture perspective.

Of course, to a certain extent, budget cuts force public broadcasters to increasingly use advertising for funding and to consequently make certain choices regarding programming. However, CBC's current portion of advertising revenues, which represents 22%, does not justify its having significant influence over scheduling. We like to point out for comparison purposes, that the average for advertising revenues in public networks in Europe is about 30%.

CBC's decision to minimize its regional activities is also part of this cultural industry logic. The Journalists Union pointed out in this respect that cutting regional production costs resulted in an increase in network production costs. Therefore, no savings were achieved.

In addition, over the past few years, the CBC has been used much too often as a springboard for the development of private audiovisual productions. The CBC's obligation to purchase a growing percentage of independent productions has had some negative effects that must be assessed in greater detail.

[*Text*]

Les coûts de production augmentent, les équipes de production internes sont démotivées et mal utilisées, certaines sont aussi démantelées.

La SRC devra aussi, à l'avenir, prouver qu'elle sert surtout les intérêts du public, qu'elle répond aux divers besoins de la population, non seulement à titre de consommateurs, mais aussi comme citoyens ayant des droits et des responsabilités. Pour ce faire, la société devra développer de nouveaux moyens pour impliquer le public dans ses choix, et l'évaluation de sa programmation.

Dans cette perspective, nous croyons que le conseil d'administration de la SRC devrait être beaucoup plus représentatif des divers milieux sociaux et courants d'opinions. Les partenaires socio–culturels devraient être davantage associés à l'élaboration des nouveaux projets, et à l'identification de nouvelles thématiques de programmation. Elle devrait aussi mettre en place divers comités consultatifs de programmation et de rétroaction, et participer davantage aux activités sociales et communautaires.

Nous recommandons donc, concernant le rôle de la société à Radio–Canada, que le comité permanent réaffirme, à l'instar de la Loi de la radiodiffusion de 1991, le rôle central du réseau national public à l'intérieur du système canadien de radiodiffusion.

Dans ce nouvel environnement télévisuel, très fragmenté, il faut non seulement maintenir, mais renforcer le caractère généraliste du réseau national public.

La SRC devra, à cet égard, établir un meilleur équilibre entre les diverses fonctions de sa programmation, à savoir, éclairer, informer, et divertir. Il lui faudra en conséquence, augmenter la place des émissions éducatives et culturelles dans sa programmation, et viser, en priorité, le renforcement de la dimension civique de l'information.

Nous proposons aussi que la SRC se dote d'une stratégie et d'un plan d'action visant à favoriser une plus grande participation du public.

En ce qui concerne plus particulièrement le financement et la recherche de nouvelles sources de revenu pour la SRC, nous ne saurions nous poser en experts. Nous nous limiterons donc, ici, à signaler quelques pistes de solution. Dans cet esprit, nous aurions souhaité disposer de l'étude que le ministre Dupuis s'apprête à rendre publique sur les modes de financement alternatifs de la Société Radio–Canada.

Alors, en ce qui concerne la publicité, en ces temps de restriction budgétaire, il nous semblerait contradictoire de priver la SRC de sa principale source de revenu autonome. Il faudrait cependant, à notre avis, fixer un seuil maximal relatif à la part du budget pouvant provenir de la vente de publicité et ce, dans le but de limiter la pression constante sur les choix de programmation que pose la nécessité continuelle d'augmenter les revenus de publicité.

La vente d'émissions, ici et à l'étranger, devrait faire l'objet d'une stratégie de développement beaucoup plus dynamique, novatrice et plus rentable et ce, surtout dans le contexte de la multiplication des canaux et du développement des services multi–médias.

[*Translation*]

Production costs are soaring, the in–house production teams are unmotivated and poorly used, indeed, some have been disbanded.

In the future, the CBC will have to prove that it is first and foremost serving the interests of the public, that it is meeting the various needs of Canadians, not only as consumers but also as citizens with rights and obligations. To do this, the CBC will have to develop new ways of involving the general public in making choices, and in evaluating its programming.

Accordingly, we believe that the CBC Board of Directors will have to be much more representative of the various social milieux and trends of thought. Social and cultural partners should be used more often to develop new projects and to identify new areas of programming. The CBC should also set up various programming and feedback advisory committees and participate more fully in social and community activities.

As regards the role of CBC, we are therefore recommending that the Standing Committee reaffirm, like the 1991 Broadcasting Act, the central role of the national public network within the Canadian broadcasting system.

In this new television environment, which is very fragmented, we must not only maintain but also strengthen the generalist nature of the national public network.

To do this, the CBC must achieve a better balance amongst the various objectives of its programming, namely, to enlighten, to inform and to entertain. Accordingly, it will have to make more room for educational and cultural shows in its programming and, above all, it will have to strengthen the civic dimension of news.

We are also suggesting that the CBC develop both a strategy and an action plan designed to promote greater public participation.

We cannot claim to be experts in the more specific field of funding and securing new sources of revenue for the CBC. Therefore, we would simply like to point out a few avenues that you may wish to explore. We would certainly have liked to have had access to the study that Minister Dupuy is about to unveil regarding alternative ways of financing the CBC.

As for the issue of advertising, we feel, given the fact that we are living in a time of budgetary restraint, that it would be contradictory to deprive the CBC of its main source of independent revenue. In our opinion, we should set a maximum limit on that portion of the budget derived from advertising to curtail the constant pressure that is exerted when programming choices are made because of the on–going need to increase advertising dollars.

In order to sell programs both domestically and internationally, the CBC must prepare a development strategy that is much more dynamic, innovative and profitable, particularly in view of the multi–channel universe and the advent of multi–media services.

[*Texte*]

De plus, la SRC devrait tenter de multiplier les projets en partenariat avec d'autres télévisions publiques. L'ICEA se prononce contre une augmentation de taxes aux consommateurs dans ce domaine, notamment de la vente de matériel, de services audio–visuels, et vidéos ou autres. On ne saurait demander au public de porter encore plus largement le fardeau du financement de la SRC.

Dans cet esprit, il nous semble qu'une étude d'impact sur l'utilisation des fonds publics pour le financement de la production privée par le biais du Fonds de Téléfilm Canada s'avère nécessaire dans le contexte budgétaire actuel.

En conclusion, ayant conscience du contexte général des compressions budgétaires, nous invitons tout de même le gouvernement à ne pas procéder à des coupures à l'aveugle, à ne pas prendre des décisions sur la seule base d'études économiques, et à ne pas compromettre notre principal outil de communication sociale et d'expression culturelle, car ce serait prendre le risque de disparaître en tant que société distincte.

Le président: Merci bien. C'était fort intéressant, et il y avait des idées provocantes, là–dedans. On vous remercie beaucoup.

We'll go now to the Alliance for Children and Television. Mr. Mirabelli, are you going to make the presentation?

Mr. Alan Mirabelli (Chair, Alliance for Children and Television): Mr. Godfrey, this is a shared presentation between myself and Kealy Wilkinson, who's treasurer of the organization.

I must tell you that as we sat and waited and were informed very nicely by the clerk that we would be sharing our platform with my colleague, I suddenly thought that given the tone of our presentation, which I am sure you have all seen and received advance copies of, it's sometimes hard to think that Canada really behaves in a consistent manner towards its family, in the sense that families place their children first, whereas, whether talking about broadcasting or committee appearances, sometimes children come last. This is not a shot by any means. It was just an irony. At the same time, I wondered if we had called ourselves the friends of Canadian children's programming, whether we would have received different treatment.

• 1035

I think from our presentation, which, as I say, you've received, you understand the general tone. We'd like to speak to several points that were not addressed.

The Chair: Perhaps you could summarize the main things you do want stressed so that we can make sure we. . .

Mr. Mirabelli: I think you've read them. What we'd like to do really is make several points.

We're not here to make unrealistic demands on the CBC, the SRC, or this committee. We have been charged with exploring what role would be appropriate for our national public broadcaster in the multichannel universe and how that role can be appropriately funded.

[*Traduction*]

In addition, the CBC should try to increase the number of projects it undertakes in partnership with other public television networks. The ICEA is against increasing any consumer taxes in this area, particularly when it comes to the selling of equipment, audio–visual services, videos, etc. We cannot ask the public to pay an even larger portion of the CBC's funding burden.

Bearing this in mind, we believe that an impact study on the use of public money for the funding of private productions through the Telefilm Canada Fund is essential given the prevailing economic climate.

We realize that we are living in a time of budget cutbacks and therefore we would like to conclude by inviting the government to refrain from slashing away blindly, to make decisions that are not based solely on economic studies and to avoid jeopardizing our main tool of social communication and cultural expression, because to do so would mean running the risk of disappearing as a distinct society.

The Chair: Thank you very much. Your presentation was very interesting, complete with thought–provoking ideas. Thank you very much.

Nous allons maintenant donner la parole à l'Alliance pour l'enfant et la télévision. Monsieur Mirabelli, allez–vous faire l'exposé?

M. Alan Mirabelli (président, Alliance pour l'enfant et la télévision): Monsieur Godfrey, cet exposé sera fait par moi–même et par M^me^ Kealy Wilkinson, la trésorière de notre organisme.

Je dois vous dire qu'en attendant de comparaître devant vous et en apprenant de la greffière, qui a été très gentille, qu'il fallait comparaître en même temps que mon collègue, tout à coup j'ai pensé, vu la longueur de mon mémoire, que vous avez sans doute reçu à l'avance et lu, qu'il est parfois difficile de croire que le Canada fait preuve de cohérence dans sa façon d'aborder la question de la famille, au sens que les familles ont tendance à mettre leurs enfants au premier plan tandis qu'au comité ou dans le milieu de la radiodiffusion, parfois les enfants se voient accorder la dernière place. Je ne dis pas cela du tout méchamment. Je fais plutôt de l'ironie. Mais en même temps, je me demande si nous aurions été traités différemment au cas où nous nous serions appelés les amis de la programmation canadienne pour les enfants.

Je pense que d'après notre mémoire, qui vous a été transmis, comme je l'ai mentionné, vous a été transmis, vous comprenez quelle est notre position d'ensemble. Nous aimerions soulever plusieurs points dont on n'a pas parlé.

Le président: Peut–être pourriez–vous résumer les grandes lignes de ce que vous voulez souligner afin que nous puissions. . .

M. Mirabelli: Je pense que vous en avez pris connaissance. Ce que nous aimerions faire véritablement, c'est soulever plusieurs points.

Nous ne sommes pas ici pour demander l'impossible aux réseaux anglais et français de la Société Radio–Canada, ni à ce comité. On nous a demandé d'étudier quel serait le rôle le plus approprié pour notre radiodiffuseur public national dans un univers multicanal et comment l'on pourrait adéquatement financer cette activité.

[*Text*]

Our message is a simple one. There may be many things the CBC could alter about its current services, such as the kinds of programming that are sufficiently represented on other channels, but one element that must be sustained and even enhanced is programming for children and young people. Around the world public broadcasters treat their young audiences as a priority. In Canada we should do no less.

As we indicated in the alliance's written submission to you, we have high expectations of the level of service that our national public broadcaster should be providing to young Canadian viewers. The research undertaken in phase one of our industrial strategy study has given us evidence to support our concern that these services have deteriorated quite markedly in recent years.

In comparison to the hours of programming provided, for instance, in Ontario by the provincial public television service, the CBC has not been doing a very credible job. It's worth noting that TVO has been providing more with much less. Its annual budget is just over $80 million for the two networks. The real difference is the level of commitment of TVO and *La chaîne* towards recognizing that their first priority must be to children and youth. When their budgets are cut, as they recently have been, children's services are the last, not the first, to suffer.

However, things are changing at the CBC. A new creative team is in place on the English side. The CBC playground initiative is under way with 12 new programs in development, and there will be more. However, good programming, whether for children or older viewers, isn't cheap and the kinds of programs that should find a natural home at the CBC are probably the most expensive of all because they must be created here and reflect the interests and concerns specific to Canadian children.

Money is short at the CBC and probably about to become even shorter. In our view, children's services on the SRC and CBC must be insulated from any further budget–cutting. To reduce their resources now would, in cultural terms, be almost suicidal.

Children and youth constitute about 22% of our population. They receive far less than 22% of the CBC's programming budget or hours of service. A realistic estimate—and I would invite you to ask the CBC—is probably in the range of 10% to 13%. I think you should confirm that with them. If our children are to have any access to uniquely Canadian television programming created for them, national audiences will find it nowhere else but on the CBC and the SRC.

In its recent decision to re–licence the CBC's networks, the CRTC noted that the children and youth of today constitute the very viewers the CBC should be nurturing as its principal audience in the years to come. Instead, on its English network it

[*Translation*]

Notre message est simple. La SRC pourrait changer bien des choses dans le service qu'elle fournit actuellement, par exemple, en ce qui concerne le genre d'émissions que l'on retrouve suffisamment sur les autres chaînes, mais il existe un élément qui doit être soutenu et même développé, c'est la programmation destinée aux enfants et aux jeunes. Partout dans le monde, les radiodiffuseurs publics considèrent que leurs jeunes auditoires sont une priorité. Au Canada, l'on ne devrait pas faire moins.

Comme nous l'avons indiqué dans le mémoire écrit transmis au comité par l'Alliance, nous nous attendons à ce que le niveau du service fourni par notre radiodiffuseur public national aux jeunes téléspectateurs canadiens soit très élevé. Les recherches que nous avons entreprises au cours de la première phase de notre étude sur la stratégie de l'industrie ont prouvé que nous avions raison de nous inquiéter de la détérioration assez marquée qu'ont subie ces services au cours des dernières années.

Par exemple, par comparaison avec les heures de programmation fournies en Ontario par le service télévisuel public provincial, la SRC ne sort pas gagnante. Cela vaut la peine de noter que TVO a fait davantage avec moins de ressources. Son budget annuel dépasse tout juste 80 millions de dollars pour les deux réseaux. Ce qui fait la véritable différence, c'est que TVO et La Chaîne reconnaissent avec plus de force que leur priorité première doit être les enfants et les jeunes. Lorsque ces chaînes subissent des compressions, comme cela a été le cas récemment, les services destinés aux enfants sont les derniers, non pas les premiers, à en souffrir.

Toutefois, les choses changent à la SRC. Une nouvelle équipe de créateurs est en place du côté anglais. La SRC a lancé le projet *playground* et il y a 12 nouvelles émissions en cours d'élaboration et d'autres qui sont prévues. Toutefois, une programmation de qualité, qu'elle s'adresse à des enfants ou à des téléspectateurs plus âgés, n'est pas bon marché et le genre d'émissions que l'on devrait tout naturellement retrouver sur les ondes de la SRC sont probablement celles qui coûtent le plus cher car elles doivent être créées ici et refléter les intérêts et les préoccupations particulières des enfants canadiens.

La SRC n'a pas beaucoup d'argent et elle va probablement en avoir encore moins. De notre point de vue, les services destinés aux enfants offerts par les réseaux anglais et français de la Société Radio–Canada doivent être protégés de nouvelles restrictions budgétaires. Réduire ces ressources serait, sur le plan culturel, presque suicidaire.

Les enfants et les jeunes représentent environ 22 p. 100 de notre population. La SRC leur réserve bien moins que 22 p. 100 de ses budgets de programmation ou de ses heures de diffusion. Vous devriez poser la question à la SRC, mais je dirais que l'on ne s'écarte pas beaucoup de la réalité en estimant ce pourcentage entre 10 et 13 p. 100. Je pense que vous devriez confirmer cela avec la SRC. Si nous voulons que nos enfants aient accès à une programmation télévisée typiquement canadienne créée pour eux, sur le plan national, l'on ne trouvera cela qu'aux réseaux anglais et français de la SRC.

Lorsqu'il a pris récemment la décision de renouveler les licences d'exploitation des réseaux de la SRC, le CRTC a noté que les enfants et les jeunes d'aujourd'hui constituent les téléspectateurs que la SRC devrait tout particulièrement

[*Texte*]

has been providing them with the same type of fare that's offered by other Canadian and non-Canadian television channels. The CRTC believes that the CBC should develop alternative offerings, which, even if they attract smaller audiences, would at least provide for those who watched a reflection and a sense of Canada.

The commission took special note of the CBC's lack of Canadian programming for teens and pre-teens in the after-school time slot and raised service to children and youth to a priority second only to Canadian content. The alliance agrees with the commission and, clearly, so does CBC's management and creative staff.

At this point, I would invite Ms Wilkinson to carry on.

Ms Kealy Wilkinson (Treasurer, Alliance for Children and Television): In our view, two things are necessary to ensure that this re-creation of children and youth programming stays on the rails at the CBC. The first is to ensure that when cuts occur, as they probably will, CBC's management protects the resources allocated to children and youth programming on both its networks. This would be a simple acknowledgement of the priority that all the world's public broadcasters assign to a very special audience segment.

The second thing is to find a way of attracting increased investment in and advertising revenue for youth programming aired in that very important after-school, 4 p.m. to 8 p.m. time period, which is in fact the prime time viewing period for children in the 10-to 14-year-old age range. Phase two of ACT's industrial strategy project has examined this need and attempted to find some ways in which it could be addressed both in the private and the public sectors.

• 1040

In the past, similar social and/or cultural imperatives have been successfully addressed by creating specific incentives. For example, as an encouragement to broadcasters to schedule more Canadian produced drama, the CRTC permits them to receive 150% Canadian content credit for these programs when they're carried in prime time and when they commence between 7 p.m. and 10 p.m. and are carried until 11 p.m.

Drama, as we all know, is expensive to produce and therefore for broadcasters to license for telecasts, but when an hour of drama counts as 90 minutes towards the broadcasters' calculation of Canadian content then it's worth more. For every two hours of Canadian prime time drama, the station or the network can carry an extra hour of that less expensive foreign production. CRTC's public notice 1984-94, which makes it 10 years old, also extended this special credit to dramatic

[*Traduction*]

entourer de ses soins étant donné que c'est là que se trouve son principal futur auditoire. Au lieu de procéder ainsi, le réseau anglais a jusqu'ici proposé aux enfants le même genre de menus télévisuels que l'on trouve sur d'autres chaînes canadiennes et étrangères. Le CRTC estime que la SRC devrait élaborer des émissions différentes qui, même si elles n'attirent que de plus petits auditoires, offriraient au moins aux enfants qui les regardent une image caractéristique du Canada.

Le Conseil a relevé particulièrement le fait que la SRC ne propose aucune émission canadienne aux adolescents et pré-adolescents dans le créneau horaire qui suit la sortie des écoles et a fait passer le service destiné aux enfants et aux jeunes en deuxième priorité, juste après le contenu canadien. L'Alliance partage le point de vue du Conseil et, cela est clair, c'est aussi le cas de la direction de la SRC et de ses créateurs.

J'aimerais maintenant demander à M^me^ Wilkinson de continuer.

Mme Kealy Wilkinson (trésorière, Alliance pour l'enfant et la télévision): À nos yeux, il y a deux choses qui sont nécessaires pour s'assurer que cette renaissance de la programmation destinée aux enfants et aux jeunes a bel et bien lieu à la SRC. Premièrement, il faut s'assurer que s'il y a des compressions, comme ce sera probablement le cas, la direction de la SRC protégera les ressources allouées à la programmation visant les enfants et les jeunes, sur les deux réseaux. Cela serait une façon de reconnaître simplement la priorité que tous les radiodiffuseurs publics du monde accordent à ce segment très particulier de l'auditoire.

Deuxièmement, il faudrait trouver un moyen d'attirer de nouveaux investissements ainsi que des revenus publicitaires pour soutenir la programmation destinée aux jeunes diffusée après la sortie des écoles, dans ce créneau horaire très important de 16 heures à 20 heures qui correspond en réalité aux heures de grande écoute pour ce qui est des enfants de 10 à 14 ans. Cette question a été examinée au cours de la phase deux de notre étude sur la stratégie de l'industrie et nous avons essayé de trouver des moyens qui permettraient au secteur public comme au secteur privé de répondre à ce besoin.

Auparavant, pour atteindre des objectifs sociaux ou culturels aussi importants, on a utilisé des stimulants créés spécialement pour l'occasion. Par exemple, pour encourager les diffuseurs à mettre à l'affiche davantage de dramatiques réalisées au Canada, le CRTC leur permet de comptabiliser comme contenu canadien à 150 p. 100 les émissions qui sont diffusées aux heures de grande écoute et qui commencent entre 19 heures et 22 heures et se poursuivent jusqu'à 23 heures.

Comme nous le savons tous, les dramatiques coûtent cher à réaliser et les diffuseurs doivent donc également payer le prix pour les mettre en ondes; mais lorsqu'une heure de dramatique compte pour 90 minutes lorsqu'un diffuseur fait le calcul de son contenu canadien, cette heure vaut bien davantage. Chaque fois qu'une station ou qu'un réseau diffuse deux heures de dramatique canadienne aux heures de grande écoute, cela signifie que cette station ou ce réseau peut diffuser une heure

[*Text*]

programming produced for young viewers and broadcast in what is clearly their prime time, for instance, in that 4 p.m. to 8 p.m. time slot.

Since very little use appears to have been made of this incentive, at ACT we assume that it's simply not incentive enough, especially when it's combined with a lack of opportunity to generate substantial commercial revenue. To get the programming and the quality that our young viewers need, we will simply have to sweeten the offer. ACT is proposing that the CRTC consider enhancing the Canadian content credit for new drama, variety, information or animation programming produced for the youth audience and telecast in that particular 4 p.m. to 8 p.m. time slot.

We're suggesting that this incentive be introduced as a temporary measure, perhaps for a period of four years, which would allow development of the programming to take place and the audiences as well, and that its effectiveness and its modification could be evaluated after that four–year initial period. In fact, after that four–year initial period if all goes well it might not even be necessary.

To address the revenue issue we looked back to the late 1970s and the saga which some of you may remember of Bill C–58, which was legislation that I think came into force in 1977, to eliminate the business expense deduction for the cost of advertising in foreign publications like *Reader's Digest* and *Time* magazine, or on American border stations. What that did was almost instantly repatriate about $100 million in revenue that now effectively underpins the profit of Canada's private broadcasters.

As long as the commercial imperative continues to affect the CBC, at ACT we have to concern ourselves about the commercial revenue. We're suggesting that a similar lever could effectively be developed to encourage more appropriate advertiser interest in Canadian youth programming. If advertisers were permitted to claim more than 100% of their costs of advertising on these shows in the 4 p.m. to 8 p.m. time slot, the programs' appeal to sponsors could be considerably enhanced. This could have the effect of turning those after–school hours into a modest money spinner not only for the CBC, which does the majority of Canadian programming for this audience group, but also perhaps for other networks. And it would allow a form of mandate programming a somewhat firmer financial foundation than it currently enjoys.

[*Translation*]

supplémentaire de programmation étrangère moins chère. Dans son avis public 1984–1994, c'est–à–dire publié il y a dix ans, le CRTC a accordé également ce crédit spécial aux dramatiques réalisées à l'intention des jeunes téléspectateurs et diffusées dans le créneau horaire qui correspond clairement à leurs heures de grande écoute, par exemple, entre 16 heures et 20 heures.

Étant donné qu'il semble que l'on ait peu utilisé ce stimulant, notre association présume que cela n'est tout simplement pas suffisant surtout lorsqu'il n'y a pas, non plus, d'occasion de générer des revenus publicitaires substantiels. Pour obtenir la programmation et la qualité dont nos jeunes téléspectateurs ont besoin, il faudra tout simplement rendre la carotte plus attrayante. Notre association propose que le CRTC envisage d'offrir un plus fort crédit au titre du contenu canadien pour les nouvelles dramatiques, les nouvelles émissions de variétés et d'information ainsi que les programmes de dessins animés réalisés pour les jeunes téléspectateurs et télédiffusés pendant le créneau horaire de 16 heures à 20 heures.

Nous suggérons que ce stimulant soit une mesure temporaire, en place, disons, quatre ans, ce qui permettrait de développer la programmation et aussi de fidéliser les auditoires, et que l'on évalue son efficacité et la possibilité d'y apporter des modifications au bout de ces quatre premières années. De fait, à la fin de cette période, si tout va bien, cette mesure peut même ne plus être nécessaire.

En ce qui concerne la question des recettes, nous nous sommes souvenus de ce qui s'est passé à la fin des années 1970 et, comme certains d'entre vous se le rappellent peut–être, des péripéties subies par le projet de loi C–58, mesure législative qui est entrée en vigueur, je pense, en 1977 et qui avait pour but de rayer de la liste des déductions fiscales à titre de dépenses d'entreprise le coût des annonces publicitaires parues dans des publications étrangères comme *Readers' Digest* et *Time Magazine*, ou diffusées par des stations situées à la frontière américaine. Cette mesure a eu presque immédiatement pour effet de rapatrier environ 100 millions de dollars de revenus qui, à l'heure actuelle, sous–tendent en réalité les profits réalisés par les diffuseurs privés canadiens.

Tant que la SRC sera tenue de compter avec la publicité, notre association doit s'occuper des revenus générés par les annonces publicitaires. À notre avis, il pourrait fort bien y avoir un levier comparable qui encouragerait les annonceurs à faire preuve d'un intérêt plus approprié pour la programmation destinée aux jeunes Canadiens. Si l'on permettait aux annonceurs de déduire plus de 100 p. 100 de leurs frais pour la publicité apparaissant dans les émissions diffusées entre 16 heures et 20 heures, ces émissions deviendraient infiniment plus attrayantes pour les publicitaires. Par voie de conséquence, le créneau horaire suivant l'heure de sortie des écoles pourrait devenir une source modeste de profits non seulement pour la SRC qui produit la plupart des émissions canadiennes destinées à ce segment de l'auditoire, mais aussi peut–être pour d'autres réseaux. Et cela procurerait à une programmation, qui en quelque sorte fait partie du mandat de la SRC, des assises financières un peu plus sûres que celles qui existent actuellement.

[*Texte*]

There are other benefits too, of course. Youth programming is a format in demand in many markets internationally. The potential for international sale is substantial, and that's a positive factor for our independent production sector. The programs will generate employment. I think the multiplier that Statistics Canada is currently using is about 22 person–years for every $1 million of production. That, in turn, generates additional tax revenues for the Government of Canada.

The Chair: Are we approaching the end of recommendations?

Ms Wilkinson: Yes. The CBC, we think, is on the right course. It's responding positively to the need for quality Canadian programming for young viewers from 2 to 20. It's re–energizing its services for this special audience. Whatever recommendations this committee brings forward, ACT requests that you endeavour to preserve and enhance those portions of SRC and CBC's schedules that serve these young audiences. We would also hope that you might lend your support to initiatives that would make it more economical for all broadcasters, and particularly for the CBC, to expand the programming that they are currently able to offer for children and youth.

Thank you.

[*Traduction*]

Naturellement, il y a aussi d'autres avantages. La demande est forte sur bien des marchés étrangers pour les émissions destinées aux jeunes. Les perspectives de vente à l'échelle internationale sont bonnes et c'est un facteur positif pour le secteur de la production indépendante. Cela permettra de créer des emplois. Je crois que le multiplicateur utilisé par Statistique Canada actuellement correspond à 22 années–personnes pour chaque million de dollars de production. Et bien sûr, cela se traduit par d'autres revenus d'impôt pour le gouvernement du Canada.

Le président: Êtes–vous presque à la fin de vos recommandations?

Mme Wilkinson: Oui. À notre avis, la SRC est dans la bonne voie. Elle a eu une réaction positive pour offrir aux jeunes téléspectateurs de 2 à 20 ans la programmation canadienne de qualité dont ils ont besoin. La Société a donné un coup de jeune dans les services qui s'occupent de cet auditoire spécial. Quelles que soient les recommandations qui seront présentées par ce Comité, notre association vous prie instamment de chercher à préserver et à élargir les parties de la grille horaire réservées par les réseaux anglais et français de la SRC à ces jeunes auditoires. Nous espérons également que vous appuierez les initiatives qui permettront à tous les diffuseurs, notamment à la SRC, d'offrir de façon plus rentable davantage d'émissions que celles qui sont actuellement proposées aux enfants et aux jeunes.

Merci.

• 1045

The Chair: Thank you very much.

Again apologizing for the time, I note, as was pointed out, that one of your solutions would cause a few problems in Quebec, where during children's hour they can't have any advertising. They would have to work that one out, but that's just a comment.

Mrs. Gagnon.

Mme Gagnon: Bonjour. Je pense que vous faites des recommandations idéales concernant la Société Radio–Canada.

Ma question s'adresse surtout aux représentantes de l'Institut canadien d'éducation des adultes. À la page 4 de votre mémoire, vous parlez beaucoup de programmation et de qualité de la programmation. À la page 5, vous dites que le sport jouit d'une place enviable, mais vous ne faites aucune critique sur la part que prennent les émissions sportives. Il y a eu beaucoup d'intervenants qui ont critiqué la place importante qui est accordée au sport et qui ont dit que le sport devait aller au secteur privé.

Mme Laberge: Je vais laisser M^me^ Trudel répondre. En ce qui concerne la programmation, on a déjà dit beaucoup de choses dans des mémoires spécifiques sur Radio–Canada.

Mme Gagnon: C'est cela. À la lumière de ce qu'on m'a déjà suggéré, j'aimerais avoir une réponse.

Mme Lina Trudel (responsable du dossier communications, Institut canadien d'éducation des adultes): Concernant la place du sport, l'étude que nous faisons sur l'évolution de la programmation nous a indiqué qu'il y avait eu ces dernières

Le président: Merci beaucoup.

Excusez–moi encore de vous presser. Je remarque, comme vous l'avez souligné, que l'une des solutions que vous préconisez poserait quelques problèmes au Québec, où la publicité est interdite dans les émissions pour enfants. Il faudrait que les intéressés s'attaquent à ce problème, mais c'est juste une observation.

Madame Gagnon.

Mrs. Gagnon: Good morning. I think that your recommendations regarding the CBC are ideal.

My question is directed to the representatives of the Canadian Institute of Adult Education. On page 4 of your brief, you dwell on programming and the quality of programs. One page 5, you say that sports are reserved a special place, but you don't say anything about the portion of the schedule that sports programming occupies. Many witnesses have been critical of the fact that a substantial portion of the schedule is reserved to sports programming and have said that sports should go to the private sector.

Ms Laberge: I'm going to let Mrs. Trudel answer this question. Regarding programming, we have already raised many issues in specific briefs on the CBC.

Mrs. Gagnon: Exactly. Given what has already been suggested, I would like to have an answer.

Mrs. Lina Trudel (Communications specialist, Canadian Institute of Adult Education): Regarding the place reserved for sports, our study on the evolution of programming has demonstrated that, in recent years, sports are more and more

[*Text*]

années une progression importante des émissions sportives à Radio–Canada par rapport à d'autres catégories d'émissions. Je pense que le sport occupe autant de place que les émissions d'information et les nouvelles. C'est beaucoup pour un réseau public.

Par contre, nous croyons que Radio–Canada doit avoir une programmation équilibrée et diversifiée. Donc, nous ne voulons pas que Radio–Canada soit cantonnée à certaines catégories d'émissions, ce qui la marginaliserait.

Dans notre rapport, on insiste beaucoup sur la nécessité pour Radio–Canada de demeurer un réseau à vocation généraliste. Il y a une place pour le sport puisque le sport correspond à un besoin de la population. Rappelons–le, c'est toujours un service qui est financé par le public. Au Québec, il y a beaucoup de personnes qui n'ont pas encore le câble. Ces personnes–là ont le droit d'avoir un éventail d'émissions qui correspondent à leurs besoins. Donc, je pense que le sport a sa place à Radio–Canada, mais peut–être pas une place aussi importante que celle qu'il occupe actuellement.

Si on enlevait les émissions sportives à Radio–Canada, on priverait Radio–Canada de revenus importants. Par contre, actuellement, le prix d'achat des émissions sportives est tellement élevé qu'il n'y a peut–être pas beaucoup de revenus à aller chercher là. Il y a une évaluation à faire en ce qui concerne la place et le coût des émissions sportives.

Mr. Mirabelli: Two things come to mind. First—and I would ask Kealy to answer the bulk of the question—if it's a simple choice between more sports on CBC and kids' programming, then I know where I would make my choice.

The Chair: Let me guess.

Mr. Mirabelli: I want to make my investment in the future and in developing a sense of passion amongst the young children. So—and I agree with the comment—it's a question of balance.

Kealy, more specifically.

Ms Wilkinson: Obviously children, both boys and girls, are interested in sports. A lot of them are interested in non–professional sports, of which there is very little on the CBC at the moment, for obvious revenue–related reasons.

Again, we're primarily interested in certain time periods that are the prime times for children. There's not a lot, aside from around major national events, that occurs in the 9 a.m. to 12 noon period, which is the prime viewing time for pre–schoolers, or in the 4 p.m. to 8 p.m. time slot, there's not very much, when hockey isn't on early in Vancouver, or whatever, that would interfere with that particular prime–time viewing period for the 10–to 14–year–old age group.

So it is less of a concern for us in terms of scheduling than it is in terms of available revenues.

The Chair: You've been in and out, Mrs. Brown. Do you have a question to ask?

[*Translation*]

present in the CBC schedule, as opposed to other categories of programming. I think that sports programs take up as much of the schedule as news and information programs. This is a lot for a public network.

However, we believe that the CBC's programming should be balanced and diversified. So, we do not want the CBC to be limited to some categories of programming, which would marginalize the Corporation.

In our report, we insist a lot on the need for the CBC to remain a general programming network. There is some space for sports since this answers a need among the public. We have to remember that this is still a service which is funded by taxpayers. In Quebec, many people don't have cable. These people have a right to have access to a whole range of programs which answer their needs. So, I believe that sports have a place on the CBC's network, even if it should not be as big as it is at the moment.

If the CBC had to get out of sports, it would lose substantial revenues. However, the price a broadcaster has to pay right now for sports programming is so high that this may not generate much revenue. We should do an assessment of the place taken up by sports programming and its cost.

M. Mirabelli: Deux choses me viennent à l'esprit. Tout d'abord—et c'est à Kealy que je demanderais de répondre véritablement à la question—s'il s'agit de choisir entre davantage d'émissions sportives et davantage d'émissions pour enfants à Radio–Canada, je sais quel serait mon choix.

Le président: Laissez–moi deviner.

M. Mirabelli: C'est dans l'avenir que je veux investir et aussi dans ce qui peut permettre de passionner les jeunes enfants. Ainsi donc—et je suis d'accord avec l'observation qui a été faite—c'est une question d'équilibre.

Kealy, à vous de répondre plus précisément.

Mme Wilkinson: Évidemment, les enfants, garçons et filles, s'intéressent aux sports. Beaucoup d'entre eux s'intéressent aux sports non professionnels et l'on en voit peu actuellement à la SRC pour des raisons évidentes liées aux recettes.

Encore une fois, nous nous intéressons en premier lieu aux créneaux horaires qui sont les heures de grande écoute des enfants. À part les grandes manifestations nationales, il n'y a pas beaucoup de sports entre 9 heures et midi, c'est–à–dire les heures de grande écoute pour les enfants d'âge préscolaire; et entre 16 heures et 20 heures, lorsqu'il n'y a pas de match de hockey qui se déroule à Vancouver, par exemple, il n'y pas grand chose qui pourrait bouleverser la programmation des heures de grande écoute pour les jeunes de 10 à 14 ans.

Par conséquent, nous nous préoccupons des sports plus à cause des revenus que cela représente qu'à cause de la place qu'ils occupent sur la grille horaire.

Le président: Vous étiez sortie, madame Brown. Avez–vous une question à poser?

[*Texte*]

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Yes, I actually do.

• 1050

I'd like to make a comment about the whole issue we've made in this committee of linguistic duality. We've talked about French and we've talked about English. I don't want to make a big deal of it, but I don't have in front of me an English translation. It appears to me that a statement is being made here, and Madame Tremblay—

The Chair: Or it's about to be made.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): And to you, excuse me, but—

Mme Gagnon: Il arrive souvent que nous n'ayons pas les textes en français.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Madame Tremblay has refused to answer questions here when there has not been a translation, and I just give you that as the problem.

I have one thing to ask of Ms Wilkinson. When you were discussing in your text, I heard you talk about giving 150% Canadian content for—how much progamming time?

Ms Wilkinson: For ten–point Canadian productions—that is, wholly Canadian dramatic ones—that are launched between 7 p.m. and 10 p.m., the CRTC allows the broadcaster to claim 150% Canadian–content credit for that hour, which means that it gives them credit for 90 minutes instead of 60 minutes.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): So when the CBC produces statistics about the amount of Canadian content that's included in their programming—I know that Mr. Pineau is saying no, but I would like to have this on the record from you—are they including 150%?

Ms Wilkinson: No, they are not. They are in fact accounting for the actual air time.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Then why do they give you 150%?

Ms Wilkinson: The CRTC? It's a way of encouraging the broadcasters to allot that amount of time to Canadian drama. It's very expensive to produce. It's very expensive to license. Therefore a decision was made by the commission in 1984 that, because so little was being aired—particularly in the private sector, but it applies overall—because so little drama was reaching the air in Canada, they would allow... It's a regulatory carrot that the CRTC made available to broadcasters to encourage them to do more than they had been doing in the past. I think that to some extent it has been very successful.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): That's something I didn't know, so thank you for clarifying that for me.

[*Traduction*]

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Oui, j'en ai une.

J'aimerais faire un commentaire à propos de toute la question de la dualité linguistique qu'on a montée en épingle au sein de ce Comité. Nous avons parlé du français et de l'anglais. Je ne veux pas en faire tout un plat, mais je n'ai pas de version anglaise devant moi. Il me semble qu'on tente de nous dire quelque chose, et M^me^ Tremblay...

Le président: Ou on est sur le point de vous le dire.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Et quant à vous, je vous prie de m'excuser, mais...

Mrs. Gagnon: It often happens that we do not have the French version of the texts.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): M^me^ Tremblay a refusé de répondre aux questions quand elle ne disposait pas d'une traduction, et je vous soumets que c'est là le problème.

J'ai une question à poser à M^me^ Wilkinson. Je vous ai entendu dire, dans votre texte ou dans les discussions à ce propos, que vous envisageriez d'attribuer une cote de 150 p. 100, en matière de contenu canadien, en échange d'une période de temps d'antenne...de quelle durée?

Mme Wilkinson: Quand il s'agit d'émissions dramatiques entièrement canadiennes—les productions canadiennes qui valent 10 points—diffusées entre 19 heures et 22 heures, le CRTC permet au radiodiffuseur de revendiquer un crédit de 150 p. 100 en ce qui a trait au contenu canadien pour cette heure, ce qui signifie qu'il obtient un crédit pour 90 minutes plutôt que 60 minutes.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Ainsi, quand la SRC produit des statistiques à propos de la quantité de contenu canadien dans sa programmation—je sais que M. Pineau dit non, mais j'aimerais que vous nous le disiez officiellement—est–ce qu'elle inclut ces 150 p. 100?

Mme Wilkinson: Non. Les statistiques de la Société tiennent compte du temps d'antenne réel.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Dans ce cas–là, pourquoi vous accorde–t–il un crédit de 150 p. 100?

Mme Wilkinson: Le CRTC? C'est une façon d'encourager les radiodiffuseurs à consacrer cette période à des émissions dramatiques canadiennes. Ce genre de production est très coûteux. Les licences sont très coûteuses. Ainsi, en 1984, le Conseil, constatant qu'il y avait très peu d'émissions de ce genre sur les ondes—surtout dans le secteur privé, mais ailleurs aussi—a pris la décision—parce qu'il y avait si peu d'émissions dramatiques sur les ondes au Canada, le Conseil a décidé de permettre... C'est une mesure incitative que le CRTC a insérée dans son panaché de règlements dont les radiodiffuseurs peuvent se prévaloir; il s'agit de les encourager à en faire plus à cet égard que par le passé. Je pense que dans une certaine mesure cette décision a été très fructueuse.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je ne savais pas cela et je vous remercie d'avoir éclairci les choses pour moi.

[*Text*]

Our researchers prepare a text for us in preparation for these sessions. I find that I don't often refer to it. They're wonderful questions, but they are sometimes on things that come out of the presentation. However, I have found one particularly intriguing this time, and I'd like to give it to you.

How would you respond to witnesses, such as the CBC affiliates, who said that CBC programming must remain commercially viable and popular? Can children's programming meet these criteria? I found that to be a very good question, because it will be helpful to have that on our record as well.

Mr. Mirabelli: My involvement in broadcasting goes back 25 years, in both the private and the public sides, and there has always been a bias that, first of all, Canadian programming doesn't get watched or sold, and the children's programming even less so.

Luckily, the cultural division of StatsCan has now begun tracking, for instance, children's programming and the performance of children in front of it. When we produce it, children watch it in droves. The problem is that we don't produce enough of it. So we always hold up the statistic, as Ian did before us, that 80% of what gets watched is American. Part of the problem is that we don't produce enough. When we produce it, though, it's watched in droves.

Mr. Ianno: The part I'm most interested in is the children's programming, I guess on the CBC.

Between 4 p.m. and 8 p.m., what is the percentage right now that's being watched or being shown that's Canadian?

Ms Wilkinson: Not very much at the moment, unfortunately. Between 4 p.m. and 6 p.m. is the time they are now programming for children, young viewers if you want, and of that two–hour period, 30 minutes is reruns of a Canadian program. The other 90 minutes for this year is things like *The Fresh Prince of Belair*, which is available at several other times during the week on the CBC—

Mr. Ianno: *The Simpsons*.

Ms Wilkinson: —and *The Simpsons* and—

Mr. Ianno: Have you spoken to the CBC?

Ms Wilkinson: Yes. Of course we have—

Mr. Ianno: And what have they indicated?

Ms Wilkinson: The problem they encountered was that it takes time to produce new programming. They have a new creative team in place, and when they came in and looked at the schedule, and looked at what was available, they realized there was very little available Canadian material that would be suitable for that audience. This is why they're re–running *Kids of Degrassi Street*, which is hardly a new program. They're filling this year with what they could pick up while they have a

[*Translation*]

Nos attachés de recherche préparent des textes pour nous à l'avance, pour nous permettre de nous préparer à ces réunions. Finalement, je ne m'en sers pas beaucoup. Les questions qu'on y trouve sont excellentes mais ont tendance à donner suite aux mémoires. Cette fois–ci, toutefois, il y en a une qui me semble particulièrement intéressante et j'aimerais vous la poser.

Que diriez–vous aux témoins, les affiliés de la SRC par exemple, qui prétendent que la programmation de la SRC doit continuer d'être commercialement viable et populaire? Les émissions pour enfants peuvent–elles répondre à ces critères? Cette question m'a semblé excellente, car il nous serait utile, là encore, de connaître la réponse officielle et de la faire consigner à nos procès–verbaux.

M. Mirabelli: J'ai 25 ans d'expérience, et dans le secteur privé et dans le secteur public de la radiodiffusion et ce préjugé a toujours existé; d'aucuns pensent, premièrement, que les émissions canadiennes ne sont ni écoutées ni vendues, et les émissions pour enfants encore moins.

Heureusement, la division culturelle de Statistique Canada compile maintenant des statistiques à propos des émissions pour enfants et de la réaction des enfants qui les regardent, par exemple. Quand nous réalisons ces émissions, les enfants sont très nombreux à les regarder. Le problème, c'est que nous n'en produisons pas suffisamment. C'est ce qui fait que nous entendons toujours parler de cette statistique selon laquelle 80 p. 100 des émissions qui sont regardées sont américaines—c'est d'ailleurs ce qu'a dit Ian. Une partie du problème s'explique du fait que nous ne réalisons pas suffisamment d'émissions. Quand nous en produisons, toutefois, les gens les regardent en grand nombre.

M. Ianno: Ce qui m'intéresse le plus, c'est la programmation pour enfants de la SRC.

Entre 16 heures et 20 heures, quel est le pourcentage d'émissions canadiennes diffusées ou écoutées?

Mme Wilkinson: Malheureusement, ce chiffre n'est pas très élevé. Les émissions pour enfants, ou pour nos jeunes auditeurs, si vous voulez, sont diffusées entre 16 heures et 18 heures à l'heure actuelle et 30 minutes de cette période de deux heures sont consacrées à la rediffusion d'un programme canadien. Cette année, pendant les 90 minutes restantes de ce créneau horaire, on diffuse des émissions comme *The Fresh Prince of Belair*, qui est aussi diffusée à plusieurs reprises à d'autres moments de la semaine par la CBC. . .

M. Ianno: *The Simpsons*.

Mme Wilkinson: . . .oui, *The Simpsons* et. . .

M. Ianno: Avez–vous communiqué avec la SRC?

Mme Wilkinson: Oui. Bien sûr. . .

M. Ianno: Et qu'est–ce qu'on vous a dit?

Mme Wilkinson: Le problème auquel ils sont confrontés, c'est qu'il faut du temps pour réaliser de nouvelles émissions. Ils ont mis sur pied une nouvelle équipe de créateurs qui a examiné les horaires et les émissions disponibles; ce faisant, ils se sont rendu compte qu'il y avait très peu d'émissions canadiennes qui conviendraient à ce public de jeunes auditeurs. Voilà pourquoi ils offrent en reprise *Kids of Degrassi Street*, qui n'est pas exactement une nouvelle émission. Ils sont en train de

[*Texte*]

number of other programs in development, I believe 12, that will be coming on stream over the next year or two.

[*Traduction*]

réaliser un certain nombre de nouvelles émissions, 12, je crois, qu'ils diffuseront au fil de leurs réalisations au cours de l'année qui vient et de l'année suivante; entre temps, cette année, ils remplissent les créneaux horaires avec les émissions qu'ils ont pu obtenir.

• 1055

It's a long process. As you heard from Ian prior to our appearance, it takes a while to work with the producers, to work with the creative teams around the country to come up with a series of programs that aren't all drawn, please God, from Toronto. They're looking for regional input for a reflection of the country that—

C'est un long processus. Comme Ian a pu vous le dire avant notre comparution, il faut un certain temps pour travailler avec les réalisateurs et les équipes de créateurs aux quatre coins du pays pour préparer une série d'émissions qui ne sortent pas toutes—s'il vous plaît, mon Dieu—de Toronto. Ses créateurs veulent une participation régionale et visent à donner le reflet d'un pays qui. . .

Mr. Ianno: Sorry, I must intervene. Cable and other networks—

M. Ianno: Je vous prie de m'excuser, je dois intervenir. Les compagnies de câblodiffusion et les autres réseaux. . .

Ms Wilkinson: YTV you mean?

Mme Wilkinson: Vous parlez de YTV?

Mr. Ianno: Well, YTV or CTV or all the rest, how is their—

M. Ianno: Eh bien, qu'il s'agisse de YTV ou de CTV ou de tous les autres, comment. . .

Ms Wilkinson: The other commercial networks, by and large, don't do anything other than animation, usually American, in those time periods, if they do anything at all at the moment.

Mme Wilkinson: Pendant ce créneau horaire, en général, les autres réseaux commerciaux ne diffusent que des dessins animés, en général américains, s'ils font quoi que ce soit.

Mr. Ianno: You indicated that in Quebec there's no advertising for children's programming. How is it paid for, and are there advantages that maybe English Canada should use with that, possibly because there's enough money brought into the system on a subscription basis or something of that nature?

M. Ianno: Vous avez dit qu'au Québec la publicité est exclue des émissions pour enfants. Comment ces émissions sont–elles financées? Y a–t–il là des avantages que devrait examiner le Canada anglais? Y a–t–il un système d'abonnement ou quelque chose du genre qui permet de recueillir suffisamment de fonds pour soutenir le système?

Mme Trudel: Je pense que c'est une bonne occasion pour insister à nouveau sur l'importance du rôle de la télévision publique. Au Québec, comme la publicité est interdite dans le cadre des émissions pour enfants, ce sont surtout la Société Radio–Canada et Radio–Québec qui produisent des émissions pour enfants. Du côté du secteur privé, c'est extrêmement limité. Donc, c'est uniquement la télévision publique qui produit les émissions pour enfants.

Mrs. Trudel: I think that this is a good opportunity to once again emphasize the important role of public television. In Quebec, since publicity during children's programming is prohibited, children's programs are produced mostly by the CBC and by Radio–Québec. Very little is being done by the private sector. Thus, public television alone produces children's programs.

Depuis récemment, il y a un canal spécialisé, le Canal famille, qui produit des émissions pour enfants. Cela nous donne un autre argument pour faire valoir l'importance de la télévision publique à cet égard–là.

There is a new channel, a recent addition, the Canal famille—the Family Channel—that produces children's programs. That gives us another argument to emphasize the importance of public television in this regard.

Nous déplorons qu'il y ait eu une baisse au niveau des émissions pour enfants produites par la Société Radio–Canada. Si on veut donner aux jeunes du pays le goût de la culture canadienne, il faut commencer alors qu'ils sont très jeunes. Pour nous, c'est une priorité.

We deplore the fact that there has been a decline in the number of children's programs produced by the CBC. If we want to give our young people a taste for Canadian culture, we have to begin while they are very young. That is a priority for us.

Mr. Ianno: What jurisdiction stated you cannot do advertising?

M. Ianno: De quel niveau de compétence relève la décision qui interdit la publicité pendant les émissions pour enfants?

The Chair: Quebec.

Le président: Le Québec.

Mr. Ianno: Thank you very much.

M. Ianno: Merci beaucoup.

Ms Brown (Oakville—Milton): I want to thank *mesdames Laberge et Trudel* because it seems to me that you address some of the social problems and the connections between what's happening in the world of broadcasting with the problems that we as federal politicians are looking at. To tell you the truth, I sometimes get dismayed, because I don't think we're looking at some of the long–term results of our actions. It seems to me that we've inherited a political culture here which is far more

Mme Brown (Oakville—Milton): Je tiens à remercier mesdames Laberge et Trudel, car il me semble que vous avez soulevé certains problèmes sociaux, ainsi que les rapports qui existent entre ce qui se passe dans le monde de la radiodiffusion et les problèmes que nous examinons en tant que politiciens au niveau fédéral. À vrai dire, je suis parfois consternée car j'ai l'impression que nous omettons de nous pencher sur certains des résultats à long terme de nos actions. Il me semble que

[*Text*]

interested in how the dollars are spent, and measuring everything by those dollars. Probably because of my age, I feel it is sort of a new phenomenon, one that has come in in the last ten years, and it is so refreshing to have people out in the community who have retained a sense of what it is to be Canadian—the search for excellence and not measuring everything by the almighty dollar. Every time I read one of these briefs I thank God there's still somebody out there who thinks this way.

In particular, it's a long time since I've even thought about this uniformity of taste issue, which is a big issue if indeed we're going to have the artistic and cultural life we want to have. I also liked your idea about the need for a civic culture. It's something I've believed in for a long time. My dad told me that when he went to school they taught a course called "civics", and it seems to me that among our young people—and this ties back into your theme that this whole idea of what we give to society are duties—what it is to be a truly civil person in a good civilization is not addressed sufficiently. I find both presentations address those.

[*Translation*]

nous avons hérité ici d'une culture politique qui s'intéresse beaucoup plus à la façon dont les deniers sont dépensés, une culture où tout est mesuré et évalué en dollars. C'est sans doute dû à mon âge, mais j'ai l'impression qu'il s'agit d'un phénomène nouveau qui est apparu au cours des dix dernières années, et il est tellement rafraîchissant de constater qu'il existe des gens dans nos collectivités qui savent encore ce que c'est que d'être Canadien—cela signifie qu'il faut chercher l'excellence et cesser de tout mesurer à l'aide de la sainte piastre. Chaque fois que je lis un mémoire de ce genre, je remercie le ciel qu'il y ait encore des gens au Canada qui pensent de la sorte.

Notamment, il y a longtemps que je réfléchis à la question de l'uniformité des goûts; c'est une question importante, si nous voulons vraiment que la vie artistique et culturelle de notre pays s'épanouisse comme nous l'entendons. Vous dites qu'il nous faut une culture où le civisme a sa place; cette idée aussi me plaît. J'y crois depuis longtemps. Mon père m'a dit que, quand il allait à l'école, il y avait un cours de civisme et il me semble que, pour nos jeunes, nous ne cernons pas suffisamment ce que cela signifie d'avoir le sens civique, d'être une personne empreinte de ces valeurs au sein d'une bonne civilisation, ce qui est lié à ce que vous disiez, au fait que nous avons des devoirs envers la société.

• 1100

Madame Laberge and Madame Trudel, we have a question. We've heard there are some problems with the French network in the satisfaction of the needs of Quebeckers. Do you think the definition of a region currently used by the CBC is in accordance with the spirit and letter of the act, and if not, what definition would be more appropriate?

Mme Trudel: Comment répondre à cette question? Au niveau de la société francophone, le problème de la définition des régions de Radio–Canada s'est beaucoup posé dans le cadre des coupures régionales. Pour nous, il est important de considérer que le Québec est vraiment une société distincte et qu'à l'intérieur de cette société–là, il y a des régions et des besoins au niveau des populations régionales. Il y a aussi des besoins au niveau d'une information plus locale.

Concernant les activités de la Société Radio–Canada au niveau de la communauté francophone et du Québec, on constate qu'il y a un problème de couverture des réalités des régions. La Société Radio–Canada n'est pas structurée et équipée pour couvrir la réalité québécoise dans toute sa diversité régionale. Nous avons toujours appuyé les francophones hors Québec dans leurs revendications en vue d'avoir des instruments pour communiquer et pour se parler, mais il y a aussi un problème au niveau de la couverture québécoise de Radio–Canada. La situation s'améliorera peut–être avec le canal d'information continue. On a rencontré Radio–Canada récemment là–dessus, et on nous a dit qu'il y aurait une bonne couverture régionale. Cela nous a encouragés pour l'avenir. Actuellement, Radio–Canada ne couvre pas vraiment les régions du Québec et ne permet pas à ces sociétés d'échanger et de communiquer entre elles de façon adéquate.

Madame Laberge et madame Trudel, nous avons une question pour vous. On nous dit que la chaîne française a du mal à répondre aux besoins des Québécois. Pensez–vous que la définition de région qu'utilise à l'heure actuelle la SRC respecte l'esprit et la lettre de la loi, et, si tel n'est pas le cas, quelle autre définition vous semblerait plus appropriée?

Mrs. Trudel: How shall we answer that question? In Francophone society, in the context of regional cuts, the issue of the CBC's definition of a region came up a great deal. We feel it is important to consider Quebec a truly distinct society and that within that society there are regions and regional populations with their own needs. We also need more local news.

Insofar as the activities of the CBC within the Francophone community and the province of Quebec are concerned, we note that there is a problem with covering regional realities. The CBC is not structured nor equipped to cover Quebec reality in all of its regional diversity. We have always supported Francophones outside Quebec in their demands to obtain tools to allow them to better communicate and talk to each other, but there is also a problem insofar as the CBC's coverage of Quebec is concerned. The situation may improve with the arrival of the all news channel. We recently met with the CBC to discuss precisely that and we were told that there would be good regional coverage. That did encourage us for the future. At this time, the CBC does not really cover Quebec's regions and does not allow the communities that live in those regions an adequate outlet for reciprocal exchange and communication.

[*Texte*]

Ms Brown (Oakville—Milton): So the definition really isn't serving the purpose. We really need better definitions of the regions in order to do a true reflection. Yesterday we had the Acadians here from New Brunswick, and they are feeling left out also.

I just have one more question, Mr. Chairman. I'd like these people to think about this too. Maybe they might think about it more seriously and get back to us later.

This whole idea of fostering a dialogue between the French and the English and the cooperation we might get between the two CBC networks—one network, but the two arms—we're trying to figure out how we could get more cooperation and exchange of programs and in fact make use of the programming costs that are built into a program in Montreal, say, and a program in Vancouver and do some more exchanging. What do you think about that whole thing? Is it good? Are we missing the boat on it?

Mme Trudel: C'est une bonne question. L'Institut canadien d'éducation des adultes a suivi l'ensemble des réformes du système canadien de la radiodiffusion et toutes les commissions parlementaires depuis 1986. On a toujours constaté qu'il y avait deux solitudes en radiodiffusion. Quand on vient à Ottawa, au CRTC, on a toujours l'impression que les problèmes de la radiodiffusion au Canada sont considérés du point de vue des problèmes de la communauté anglophone.

• 1105

On nous a toujours dit qu'au Québec, on était chanceux parce qu'on avait la barrière de la langue et qu'on n'avait pas de problèmes à cet égard. On a de la difficulté à échanger entre nos communautés, sur tous les plans. Dans un contexte où les échanges se mondialisent, il faut aussi situer le cadre des échanges entre nos communautés. Nous pensons qu'il y aurait lieu de trouver des façons de partager des coûts et de faire des émissions, notamment pour les jeunes.

Également, il est important de maintenir le caractère distinct de la radiodiffusion de langue française. C'est une réalité très importante et c'est ce qui fait que notre télévision est la plus regardée. Les Québécois préfèrent les émissions produites au Québec aux émissions étrangères, ce qui n'est pas le cas au Canada anglais.

Cela dit, il y aurait intérêt à ce qu'on trouve de nouvelles formules pour échanger des informations, pour communiquer entre nous. C'est un peu pour cela qu'on dit que Radio–Canada est trop devenue une industrie culturelle. Radio–Canada sert trop le showbiz; elle ne sert pas assez d'instrument de communication entre les individus afin qu'ils puissent évoluer collectivement. C'est cela, le problème de Radio–Canada. Revenons à un service public qui est là pour le public, pour lui permettre d'exprimer se réalités culturelles, de se parler, de refléter des choses. À ce moment–là, on pourra aussi échanger au niveau des communautés.

The Chair: And an example of that would be, Mr. Mirabelli?

[*Traduction*]

Mme Brown (Oakville—Milton): Ainsi, cette définition ne favorise pas vraiment l'atteinte de l'objectif visé. Il nous faut réellement mieux définir ce qu'est une région si nous voulons voir un reflet véritable. Hier, nous avons reçu les Acadiens du Nouveau–Brunswick qui se sentent aussi laissés pour compte.

Je n'aurai qu'une seule autre question, monsieur le président. J'aimerais que nos témoins y réfléchissent aussi; peut–être pourraient–ils prendre le temps d'y réfléchir sérieusement et de nous communiquer leurs pensées plus tard.

Nous voulons favoriser un dialogue entre les francophones et les anglophones ainsi que la coopération, à cette fin, entre les deux chaînes du réseau de la SRC—un seul réseau, deux chaînes—et nous essayons de voir comment nous pourrions augmenter la coopération et l'échange de programmes et, de fait, exploiter au mieux les coûts de la programmation d'une émission à Montréal, disons, et d'une émission à Vancouver. Que pensez–vous de toute cette idée? Est–ce une bonne idée? Est–ce que nous ratons le coche à cet égard?

Mrs. Trudel: It is a good question. The Canadian Institution of Adult Education has tracked all of the reforms to the Canadian Broadcasting System and all of the parliamentary committees since 1986. People noted that there always seemed to be two solitudes in the world of broadcasting. When we come to Ottawa and the CRTC, we always have the impression that Canada's broadcasting problems are considered from the perspective of the Anglophone communities problems.

We have always been told that we were lucky in Quebec to have the language barrier and that we had no problems in this regard. Our communities have trouble communicating at all levels. Communication between our communities must also be situated in the current context of the increasing globalization of communications. We think that it would be appropriate to ways of sharing costs and preparing programs, particularly for young people.

It is also important to maintain the distinct character of French language broadcasting. That is a very important reality and that is what explains the fact that our programming is the most popular with viewers. Quebecers prefer programs produced in Quebec to foreign programs, which is not the case in English Canada.

That being said, it would be to our benefit to find new mechanisms to exchange information and communicate amongst ourselves. That is one of the reasons why we say that the CBC has become too much of a cultural industry. CBC is too concerned with show business; it is not sufficiently concerned with being an instrument of communication among individuals, in order to further their collective development. That is the CBC's problem. Let's get back to a public service that is there to serve the public and to allow it to express its cultural realities, to have a dialogue and to reflect certain things back to that public. When we do that, we will also be able to have this exchange among communities.

Le président: Et pourriez–vous nous citer un exemple, monsieur Mirabelli?

[*Text*]

Mr. Mirabelli: Two things came to mind when you asked the question. Part of the problem the CBC faces is the same problem most industries face. They were really born at a time when the prime perception was that one had to compete with the other at all cost. We can't afford that cost, and now the name of the game is how we cooperate and collaborate.

You mentioned children's programming, and I think that is probably the best example. What we find ironic when we talk to the producers who are part of our organization is that there are a number of broadcasters who normally compete with others who will collaborate amd take first, second, and third windows on a particular production because it's the only way that program will get produced. So the seeds of cooperation are in fact built into the new economy.

The other thing is that within the CBC there are models of that cooperation. It is just not visible at the top.

One of the first jobs I considered was with Radio–Canada in Winnipeg and it was for one reason, that is, because it was probably the only station I knew of where French and English worked together because of limited resources. It was done informally. Nonetheless, the local culture knew how to cooperate and collaborate to serve the community.

So if we talk to some of the local communities, those at the top might learn something.

The Chair: I am going to make a last observation. We've been lucky. The other committee is dealing with human rights and I guess human rights are doing okay today because the committee isn't here. I don't know. I hope they are.

By the way, I want to thank you very much. I think these have been very helpful presentations. Again, we're delighted we had a little more time to spend with you.

The distinction was made, and Bonnie Brown referred to it, between the role of the public broadcaster to treat us as citizens and the role of broadcasters generally to treat us as consumers. I am delighted you raised the issue. It affects both of you. I think it's not an inappropriate coupling that we have actually forced here this morning.

It does seem to me that once you decide that the primary function is the civic function and the consumer function is understandable but secondary, at that point you have to get away from the notion of being generalists and make value judgments that in fact children's programming of a superior variety is more important for the production of future citizens than sports broadcasting. You have to make judgments that public information programming is more important, in the end,

[*Translation*]

M. Mirabelli: Deux choses me sont venues à l'esprit quand vous avez posé votre question. Le problème auquel est confronté la SRC est en parti identique à celui de la plupart des industries. Toutes ces industries ont été mises sur pied à un moment où, selon l'idéologie dominante, il fallait que chacun fasse concurrence à l'autre à tout prix. Nous ne pouvons plus nous permettre de payer le prix d'une telle concurrence; nous devons maintenant apprendre à coopérer et à collaborer.

Vous avez fait allusion aux émissions pour enfants et je pense que c'est sans doute le meilleur exemple. Chose ironique, nous apprenons, quand nous parlons aux réalisateurs membres de notre organisation qu'un certain nombre de radiodiffuseurs qui se font normalement concurrence seront d'accord pour coopérer et être les premiers, les deuxièmes ou les troisièmes à diffuser telle ou telle émission quand c'est la seule façon de faire réaliser une émission. Ainsi, le nouveau contexte économique contient déjà l'embryon de cette coopération.

L'autre chose qui m'est venue à l'esprit c'est qu'il existe déjà des modèles de cette coopération au sein de la SRC, qui ne sont peut–être pas visibles au sommet.

L'un des premiers postes qu'on m'a offert était à Winnipeg, à la SRC et j'ai envisagé de l'accepter pour une raison; c'était sans doute l'un des seuls postes, que je sache, où les francophones et les anglophones travaillaient ensemble à cause des ressources limitées. Cette coopération se faisait de façon informelle. Quoi qu'il en soit, les membres de cette culture locale savaient comment coopérer et collaborer pour répondre aux besoins de la collectivité.

Ainsi, si nous parlions à certaines de ces collectivités locales, ceux qui occupent le sommet de la hiérarchie apprendraient peut–être quelque chose.

Le président: Je vais faire une dernière observation. Nous avons eu de la chance. L'autre comité traite des droits de la personne et je suppose que les droits de la personne se portent bien aujourd'hui, puisque les membres du comité ne sont pas ici. Je ne sais pas. J'espère que c'est le cas.

Incidemment, je tiens à vous remercier sincèrement. Ces exposés m'ont semblé très utiles. Encore une fois, nous sommes ravis d'avoir pu passer un peu plus de temps avec vous que ce qui était prévu.

On a fait la différence — Bonnie Brown y a fait allusion — entre le rôle du radiodiffuseur public qui doit nous traiter comme citoyens et le rôle des radiodiffuseurs en général, qui doivent nous traiter comme consommateurs. Je suis ravi que vous ayez soulevé le problème, qui vous affecte tous les deux. Je pense que cette juxtaposition que nous avons imposée ici ce matin n'est pas inappropriée.

Il me semble effectivement que, quand vous avez décidé que votre rôle principal est de desservir les citoyens et que la perspective commerciale qui tient plutôt compte du consommateur est compréhensible mais vient en second lieu, vous devez dès lors vous éloigner de l'idée d'être des généralistes et faire des jugements de valeur qui accorderont une plus grande importance aux émissions pour enfants d'une qualité supérieure, en ce sens qu'elles sont plus importantes si

[*Texte*]

than certain kinds of banal dramas, if you wish to say so. Part of civism is education. That's where it all ties in, whether it's adult education or whether it's instilling the right values in young people.

• 1110

I hope I haven't offended the spirit of your presentation. You may have a reaction to that observation, but what's very helpful for us is to be able perhaps to overstate the distinction, and to remember that when the CBC was founded by Graham Spry and Alan Plaunt they saw it as, first and foremost, the production of productions to assist citizenship. That's why they had the citizens' forum. Do you have any comments or reaction?

Mme Laberge: Une des choses particulièrement importantes dans le développement de la citoyenneté, c'est la dimension éducative. La télévision a un rôle très important aujourd'hui. Il y a des gens pour qui la télévision est le seul contact avec la société. Il y a de plus en plus de gens qui sont exclus des circuits économiques. Il y a de plus en plus de gens sans emploi. Donc, le rôle de développement d'une culture scientifique et de communication de la télévision publique est maintenant beaucoup plus important.

Il est évident, aussi, qu'on doit permettre aux télévisions d'offrir une programmation large, même si on a un référent de culture civique. Il ne faudrait pas envisager la télévision comme un moyen de diffuser des valeurs, mais plutôt comme un moyen de créer un processus qui permette la participation des citoyens.

On a mis l'accent sur la façon dont la Société Radio–Canada peut accentuer ses contacts avec son public, avec les citoyens qui la financent. Donc, au–delà de la programmation et des choix, il y a tous les liens de participation qui sont importants pour nous.

Mme Gagnon: Il y a aussi tous les nouveaux arrivants au Canada. On sait très bien que, quand ils viennent au Canada, ils viennent dans un contexte nord–américain. Ils doivent pouvoir s'identifier à une culture propre, qu'elle soit canadienne–anglaise ou québécoise. Je pense qu'il est très important qu'ils puissent avoir des images de ce que nous sommes, surtout si on veut faire la différence entre les Américains et nous.

Mr. Ianno: Along with Christiane, you'd also have the multicultural community, by showing the rest of Canadians how they live, how they work, how they prosper, making everyone feel more comfortable that multiculturalism is a reality and it's working well.

Mme Gagnon: Pour l'intégration, il y a des valeurs que l'on transmet via la télésion, surtout aux tout petits qui écoutent la télévision entre 17 heures et 18 heures.

Mme Trudel: J'aime bien la tournure de la discussion parce qu'on parle de choses fondamentales. Il faut vraiment se remettre là–dessus parce qu'on est en situation de crise, en période de mutation, en période de désarroi par rapport aux problèmes qu'on vit et aux valeurs. Il faut donc se demander comment un instrument aussi privilégié que Radio–Canada va maintenir les fonctions vitales de cette société, même si on sait que des compressions s'en viennent. C'est très important.

[*Traduction*]

nous voulons former les citoyens de demain que ne le sont les émissions sportives. Il faut aussi user de son jugement pour conclure que les émissions d'information publique sont plus importantes au bout du compte que certaines émissions dramatiques banales. Le sens civique passe notamment par l'éducation. C'est la plaque tournante, qu'il s'agisse de l'éducation des adultes ou de la communication des bonnes valeurs aux jeunes.

J'espère que je n'ai pas enfreint l'esprit de votre exposé. Vous allez peut–être réagir à mon commentaire, mais c'est utile pour nous de pouvoir peut–être exagérer la différence entre ces rôles. Il est aussi utile de se souvenir que, quand Graham Spry et Alan Plaunt ont fondé la SRC, ils la voyaient en tant que société qui produirait des émissions exceptionnelles en vue de renforcer le sens de la citoyenneté. Voilà pourquoi le forum des citoyens a eu lieu. Avez–vous des commentaires, ou une réaction?

Ms Laberge: The educational dimension is one of the most important things in the development of citizenship. Television has a very important role to play today. For some people, television is their only contact with society. An increasing number of people are excluded from the economy. There is a growing number of people without jobs. Thus, it is increasingly important to develop the scientific culture that allows us to look at the communication role public television plays.

Also obvious is the fact that we must allow television networks to offer very varied programming, even in light of the civics issue. I don't think we should look at television as a means to broadcast values but rather as a mechanism that will allow for citizens' participations.

We put the emphasis on the way in which the CBC can increase its contacts with its clientele, with the citizens that fund it. So, beyond programming and choices, the matter of participatory links is important to us.

Mrs. Gagnon: We must also remember all of the newcomers to Canada. We know that when they come to Canada, they are coming to a North American context. They must be able to identify a specific culture, be it English–Canadian or the Quebec culture. I think that it is very important for them to be able to see reflections of what we are, especially if we want to bring out the differences between our culture and the American one.

M. Ianno: Comme Christiane, vous incluriez la communauté multiculturelle en montrant aux autres Canadiens comment les groupes multiculturels vivent, travaillent et deviennent prospère ce qui rendrait tout le monde plus à l'aise face à la réalité et au succès du multiculturalisme.

Mrs. Gagnon: On the topic of integration, there are values that are conveyed by television, especially to the very young children who watch television between 5 o'clock p.m. and 6 o'clock p.m.

Mrs. Trudel: I like the way this discussion is going, because we are talking about fundamental things. I think we have to get back to those things because we are undergoing a crisis, a period of transition and turmoil that is related to our values and that is expressed in the problems we experience. We must, thus, ask ourselves how a tool as well positioned as the CBC will help maintain the vital function of our society, even if we know that cuts are coming. That is very important.

[*Text*]

On a identifié son rôle au niveau du développement d'une nouvelle culture de la citoyenneté, et c'est fondamental, mais il faut aussi permettre aux gens de renouer leurs liens de solidarité. Cela, c'est la mission des émissions d'information et d'affaires publiques, mais il y a aussi tout le volet des émissions culturelles et de divertissement.

Faisons attention à cela, parce que c'est aussi à l'intérieur de cela qu'on peut partager une certaine culture commune. Actuellement, dans notre société, on est isolé, fragmenté. Si on regarde autant les téléromans, c'est parce qu'ils reflètent notre réalité et qu'ils nous permettent d'échanger entre nous. Les téléromans deviennent un sujet de conversation commun. Telle est l'importance d'un réseau public. C'est pour cela qu'on doit maintenir ces fonctions vitales.

[*Translation*]

We have defined its role with regard to developing a new sense of citizenship and civic values and that is fundamental but we must also allow people to renew their solidarity. I believe that is the mission of news and public affairs programming, but we must also remember cultural and entertainment programming as well.

I think we have to be careful with that, because we may also share common cultural values within that kind of programming. In our society, at this time, we are experiencing isolation, fragmentation. People are watching soap operas in droves because they reflect our reality and allow us to have certain exchanges. Soap operas become a common point of reference for conversation. That is one example of the importance of having a public network. That is why we must maintain its vital functions.

• 1115

The Chair: Good point. Mr. Mirabelli, you've got the last word.

Mr. Mirabelli: Well, I must say, I was a bit concerned about the dichotomy you presented in your last observation—one group performing the civic function, if you like, in this case CBC–SRC. . .

The Chair: I thought you were trying to exaggerate.

Mr. Mirabelli: No, I understand, but I think it's a publicly held perception. The other is more programming from the private sector designed for consumption. I would argue with you that the person sitting in his or her living room is simply a consumer and does not make that distinction, because that consumer is making the decision to watch the least objectionable program per given half–hour until the next one comes along and makes no distinctions between national borders and program type.

Therefore, knowing that perception, whether you're a child or an adult, the next argument and the real challenge is not whether you have an education label and a civil label, but it's really to excite the viewers, in this case Canadians, about the community they live in—or, to start locally, the nation they live in—and get them to want to leave the television set, since they now watch it three hours a night seven days a week, to in fact be members of their community and not simply enjoy the *téléroman*, which is their substitute participation in the community.

You will not have civics without that active link to community, and the CBC's motive and mandate, in my mind, is to excite Canadians about where they live, who they live with, and how they should proceed to a future with passion.

The Chair: I think that's a terrific statement. I tell you, I think we all feel pretty good about ourselves, and on that note I'm going to end it. Thank you very much.

The meeting is adjourned.

Le président: Bien dit. Monsieur Mirabelli, à vous de conclure.

M. Mirabelli: Eh bien, je dois dire que la dichotomie dont vous avez fait état dans votre dernière observation m'a un peu alarmé—d'un côté, un groupe qui a un rôle civique, si vous voulez, dans ce cas, la Société Radio–Canada. . .

Le président: Je pensais que vous essayiez d'exagérer les choses.

M. Mirabelli: Non, je comprends bien, mais je pense qu'il s'agit d'une idée courante. On retrouve de l'autre côté davantage d'émissions du secteur privé destinées à la consommation. Je me permettrai de vous faire remarquer que la personne qui est assise dans son salon est un simple consommateur qui ne fait pas cette distinction, car la seule décision que prend ce consommateur est de regarder l'émission qui lui déplaît le moins au cours d'une demi–heure donnée, jusqu'à ce que la prochaine apparaisse, sans distinction d'origine ni de genre.

Par conséquent, sachant que les choses sont ainsi perçues, par les enfants comme par les adultes, la prochaine étape, et en fait le vrai défi, n'a rien à voir avec le fait que vous avez une mission éducative et civique à remplir, mais se résume à rendre passionnant pour les téléspectateurs, dans ce cas, les Canadiens, le monde dans lequel ils vivent—ou, pour commencer au niveau local, le pays qu'ils habitent—et à les inciter à abandonner la télévision qu'ils regardent maintenant trois heures chaque soir sept jours par semaine, pour s'engager dans la vie de leur collectivité et ne pas se contenter de suivre le téléroman qui leur permet d'y participer par personne interposée.

L'on ne fera pas des gens de vrais citoyens en l'absence de ce lien actif avec la collectivité, et d'après moi, le mandat de la SRC et ce qui devrait la motiver, c'est de rendre passionnant pour les Canadiens l'endroit où ils habitent, les gens qu'ils côtoient, et les moyens de façonner leur avenir avec passion.

Le président: Voilà, à mon avis, une déclaration magnifique. Je dois dire que nous nous sentons tous, je pense, regénérés et c'est là–dessus que je vais terminer. Merci beaucoup.

La séance est levée.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid / Port payé
Lettermail / Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From Friends of Canadian Broadcasting:

Ian Morrison, Spokesperson.

From «L'Institut canadien d'éducation des adultes»:

Diane Laberge, Director;

Lina Trudel, Responsible for Communications.

From the Alliance for Children and Television:

Alan Mirabelli, Chair;

Kealy Wilkinson, Treasurer.

TÉMOINS

De «Friends of Canadian Broadcasting»:

Ian Morrison, porte–parole.

De L'Institut canadien d'éducation des adultes:

Diane Laberge, directrice;

Lina Trudel, responsable du dossier communications.

De l'Alliance pour l'enfant et la télévision:

Alan Mirabelli, président;

Kealy Wilkinson, trésorière.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

CA1
XC68
-C13

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 39

Tuesday, November 1, 1994

Chair: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 39

Le mardi 1er novembre 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of the Canadian Broadcasting Corporation

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la Société Radio–Canada

---

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

LIBRARY

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chair: John Godfrey

Vice–Chairs: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Associate Members

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidents: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakvillle—Milton)
Jan Brown (Calgary–Sud–Est)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Membres associés

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

TUESDAY, NOVEMBER 1, 1994
(46)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met this day, *in a televised session*, at 9:02 o'clock a.m., in Room 253–D, Centre Block, the Chair, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Bonnie Brown, Jan Brown, Roger Gallaway, John Godfrey, Albina Guarnieri, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Acting Members present: Janko Peric for John Cannis, Louis Plamondon for Christiane Gagnon.

Associate Member present: Simon de Jong.

Other Member present: Jim Silye.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: From the Canadian Broadcasting Corporation: Anthony S. Manera, President and CEO and Acting Chairman, Board of Directors; Jim Byrd, Vice–President, English Television Networks; Michèle Fortin, Vice–President, French Television; Marcel Pépin, Vice–President, French Radio; Stephen Costman, Vice–President, Finance and Administration.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee resumed its study of the Canadian Broadcasting Corporation (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Thursday, September 22, 1994, Issue No. 26*).

Anthony S. Manera made an opening statement, and with the other witnesses from the Canadian Broadcasting Corporation, answered questions.

At 11:55 o'clock a.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE MARDI 1er NOVEMBRE 1994
(46)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit en séance télévisée, à 09 h 02, dans la salle 253–D de l'édifice du Centre, sous la présidence de John Godfrey(*président*).

Membres du Comité présents: Bonnie Brown, Jan Brown, Roger Gallaway, John Godfrey, Albina Guarnieri, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Glen McKinnon et Suzanne Tremblay.

Membres suppléants présents: Janko Peric remplace John Cannis; Louis Plamondon remplace Christiane Gagnon.

Membre associé présent: Simon de Jong.

Autre député présent: Jim Silye.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: De la Société Radio–Canada: Anthony S. Manera, président–directeur général et président intérimaire, Conseil d'administration; Jim Byrd, vice–président, Réseaux anglais de télévision; Michèle Fortin, vice–présidente, Télévision française; Marcel Pépin, vice–président, Radio Française; Stephen Costman, vice–président, Finances et administration.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité reprend son étude de la Société Radio–Canada. (*Voir les Procès–verbaux et les témoignages du jeudi 22 septembre 1994, fascicule nº 26*).

Anthony S. Manera fait un exposé d'introduction et, avec d'autres témoins de la Société Radio–Canada, répond aux questions.

À 11 h 55, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Tuesday, November 1, 1994

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le mardi 1er novembre 1994

• 0903

The Chair: Ladies and gentlemen, welcome to the second of our televised sessions.

We welcome the president of the CBC to explain to us the new commitment the corporation is making, which I think is going to help us a great deal in our study looking at the mandate of the CBC, understanding its finances better, and working with the corporation to plan its future. I therefore welcome the president and turn it over to him.

M. Anthony S. Manera (président—directeur général et président intérimaire, conseil d'administration de la Société Radio–Canada): Merci, monsieur le président, membres du Comité. Je vous remercie de m'avoir donné l'occasion de comparaître, aujourd'hui, devant le comité, pour partager avec vous la façon dont la Société Radio–Canada envisage son avenir et son rôle dans le nouveau paysage multi–chaînes.

Je parle, bien sûr, au nom du conseil d'administration de la société, mais également au nom de ses employés dont le talent et le dévouement sont les éléments essentiels du travail de la Société Radio–Canada.

La société fait face, aujourd'hui, à des défis de taille, mais ce n'est pas la première fois que la société doit surmonter de tels obstacles. Après tout, la SRC a vu le jour durant la crise économique des années trente.

Aujourd'hui, j'ai le privilège de vous présenter officiellement le plan stratégique de la Société Radio–Canada. Ses plans comportent des faits, des chiffres, des scénarios et diverses options détaillées.

• 0905

Mais avant de nous pencher sur tous les éléments du plan, je crois qu'il est important d'examiner la question fondamentale suivante: comment la Société Radio–Canada peut–elle servir la population canadienne? J'ai songé à cette question la semaine dernière en me rendant à Montréal pour assister à la présentation annuelle du Gala de la Presse, diffusé sur les ondes de la télévision française.

As I was driving towards Montreal, I tuned into CBC Radio, which was broadcasting *Cross–Country Check–up* from Edmonton, moderated by that irreverent but thought–provoking host from Newfoundland, Rex Murphy. The program featured Mr. Preston Manning, who fielded questions by listeners from every corner of the country. It was an engaging program. It held my attention, which was hard because as I was driving I was admiring the brilliant hues of our fall colours, ash, birch, and maple trees.

But here was the CBC, creating a sort of electronic living–room in which Canadians from all regions of the country could participate—sharing, arguing, challenging, but also understanding each other better. No one else does this, Mr. Chairman. Yet its value during a time of regional, linguistic, and cultural tensions cannot be overstated.

Le président: Mesdames et messieurs, bienvenue à notre deuxième séance télévisée.

Nous accueillons le président de la SRC, qui nous expliquera le nouvel engagement que prend la société, ce qui, je crois, nous aidera énormément dans notre étude du mandat de la SRC et nous aidera à mieux comprendre l'état de ses finances et à travailler avec la société pour planifier son avenir. Je souhaite donc la bienvenue au président et je lui donne la parole.

Mr. Anthony S. Manera (President and CEO and Acting Chairman, Board of Directors, Canadian Broadcasting Corporation): Thank you, Mr. Chairman, members of the committee. I appreciate the opportunity to appear before you today in order to share some of our ideas about the Canadian Broadcasting Corporation and its role in the multi–channel universe.

I speak, of course, on behalf of the CBC Board of Directors but also on behalf of the CBC employees whose talents and dedication are central to everything that the CBC does.

The challenges that we face are, of course, significant, but they are not un–precedented. The CBC, after all, was created during the great depression.

Today I have the privilege of formally tabling the Canadian Broadcasting Corporation's strategic plan. It has facts, figures, scenarios and detailed options.

But before we look at all the elements in the plan, I believe it is important that we focus on the more fundamental question of how we can serve the Canadian people. I was thinking about this question last week while travelling by car from Ottawa to Montreal to attend the annual Gala de La Presse which is broadcast on our French TV.

En route vers Montréal, j'ai écouté la radio anglaise de la SRC, qui diffusait *Cross–Country Check–Up* à partir d'Edmonton. L'irrévérencieux, mais stimulant, Rex Murphy, de Terre–Neuve, animait l'émission, et l'invité du jour, M. Preston Manning, répondait aux questions des auditeurs de tout le pays. C'était une émission captivante, qui retenait mon attention, malgré la concurrence du magnifique coloris automnal des frênes, des bouleaux et des érables.

C'était là l'essence même de la SRC: une salle de séjour électronique ouverte aux Canadiens de toutes les régions du pays, pour leur permettre d'échanger, de discuter, de contester, mais aussi de mieux se comprendre. Aucun autre média ne fait cela, monsieur le président. Et pourtant on ne peut surestimer la valeur de la SRC en période de tensions régionales, linguistiques et culturelles.

[*Texte*]

Ce soir–là, j'ai participé au Gala de la Presse qui est diffusé partout au pays, ce qu'aucun autre radiodiffuseur n'est en mesure de faire. Ce gala rend hommage aux personnes qui se sont illustrées dans plusieurs secteurs d'activités. Je me suis alors rappelé du rôle pivot que joue la SRC en dépit d'obstacles, en apparence insurmontables, dans l'essor de la culture française au Canada et en Amérique du Nord.

The next two days I spent in Edmonton and Calgary, talking with people from business, the arts, the academic world, government, and the media, but also CBC viewers, listeners, and staff. I was really impressed by the can–do spirit of Albertans, their openness, and their attachment to Canada. Sure, they asked me tough questions, but they got direct answers.

They have been told, for example, that nobody watches CBC television, that it costs too much, and that it's a drain on taxpayers. I told them that over 16 million Canadians watch CBC television every week, more than did 10 years ago, and that all of CBC—French, English, radio and television—costs around 10¢ in taxes per Canadian per day, much less in real terms than it did 10 years ago, and also less than other comparable public broadcasters around the world.

Furthermore, I told them that had the federal government controlled its spending over the last 10 years in line with the CBC parliamentary appropriation, then there would be no federal deficit today.

They heard me, and I heard them. In Calgary they were still upset at the CBC for closing their television station four years ago, because they valued that service to their community. But they acknowledged and appreciated the fact that since then, through the creativity of our local management and support from their colleagues in Toronto and Ottawa, much progress has been made in bringing back the local programming.

The people of Alberta are not defeatist. They're builders.

That gave me a lot more reason to believe that the CBC strategic plan that we are submitting to you today is on the right track, because it is also a plan that focuses on building, on strengthening, and on improving, rather than on dismantling.

On my return from Alberta I stopped in Toronto to participate in the official launch of Canada's invasion of the United States of America. No, there were no CBC tanks ready to roll across the 49th parallel. This was an invasion of Canadian talent, telling stories, analysing world events, singing, dancing, playing and being carried by the same electromagnetic waves that Guglielmo Marconi first received at Signal Hill, in Newfoundland in 1901, except we use satellites now.

[*Traduction*]

That evening I participated in the Gala de La Presse, broadcast in French from Montreal, reaching Canadian viewers across the entire country, also something that no one else can do. The program honours persons who have distinguished themselves in many fields of endeavour, and reminded me of the central role played by SRC, against seemingly insurmountable odds, in the development of a dynamic and vibrant French Canadian culture in North America.

J'ai passé les deux jours suivants à Edmonton et à Calgary, où j'ai pu discuter avec des représentants du monde des affaires, des milieux artistiques et universitaires, du secteur public et des médias, mais aussi avec des auditeurs, des téléspectateurs et des employés de la SRC. J'ai été très impressionné par le dynamisme des Albertains, leur ouverture et leur attachement au Canada. Évidemment, ils m'ont posé des questions difficiles, mais ils ont eu aussi des réponses directes.

On leur avait dit, par exemple, que personne ne regarde la télévision de la SRC, qu'elle coûte trop cher et qu'elle est un fardeau pour les contribuables. Je leur ai dit que plus de 16 millions de Canadiens regardent la télévision de la SRC chaque semaine, une augmentation par rapport à l'auditoire d'il y a 10 ans. Je leur ai dit aussi que l'ensemble des services de la SRC, à la radio et à la télévision, en français comme en anglais, coûtent au Trésor public environ 10c. par habitant par jour, soit beaucoup moins en chiffres réels qu'il y a dix ans et moins également que d'autres radiodiffuseurs publics comparables dans d'autres pays.

En outre, je leur ai dit que si l'administration fédérale avait limité ses dépenses au cours des 10 dernières années proportionnellement à la réduction des crédits parlementaires de la SRC, il n'y aurait pas de déficit fédéral aujourd'hui.

Je puis vous assurer que ces gens m'ont entendu et que je les ai entendus. À Calgary, les gens en veulent encore à la SRC pour avoir fermé leur station de télévision de langue anglaise il y a quatre ans, parce qu'ils appréciaient le service qu'elle rendait à leur collectivité. Mais ils reconnaissent que, depuis, grâce à la créativité des directeurs locaux de la SRC et au soutien de leurs collègues de Toronto et d'Ottawa, beaucoup de progrès ont été réalisés au plan de la programmation locale.

Les gens de l'Alberta ne sont pas défaitistes—ce sont des bâtisseurs.

Cela me porte encore davantage à croire que le plan stratégique que la SRC présente aujourd'hui est sur la bonne voie, parce qu'il vise surtout à bâtir, à renforcer, à améliorer, plutôt qu'à détruire.

À mon retour de l'Alberta, je me suis arrêté à Toronto pour participer au lancement officiel de l'invasion des États–Unis par le Canada. Rassurez–vous, il n'y avait pas de tanks de la SRC prêts à traverser le 49^{e} parallèle. Il s'agissait d'une invasion de talents canadiens: présentation d'histoires, analyse d'événements mondiaux, chant, danse et musique, transmis sur les mêmes ondes électromagnétiques que Guglielmo Marconi recevait pour la première fois à Signal Hill, Terre–Neuve, en 1901, sauf qu'aujourd'hui cela se fait par satellite.

[*Text*]

This is a perfect example of strategic alliance between the CBC and the private sector. By joining forces, we expect to achieve together what neither the public nor the private sector could achieve by working alone.

These two new services, Trio and Newsworld International, will bring a return to Canadian taxpayers. They will foster Canadian talent and enhance Canada's image abroad.

Mr. Chairman, those four days in Montreal, Edmonton, Calgary and Toronto were a source of inspiration for me. The people with whom I spoke inside as well as outside the CBC convinced me that the need for a strong Canadian presence on the airways has never been greater.

The CBC is not perfect. We know that. It reflects the same tensions, hopes and fears that are present throughout Canada. But its lack of perfection is an argument for improving it, not for tearing it apart, any more than Canada's lack of perfection is reason to dismantle it. After all, most of the world's people would love to trade their problems for ours.

Notre plan stratégique examine divers moyens de renforcer le service à la population canadienne, notre objectif étant de bâtir et non de détruire. Notre plan en décevra plusieurs, notamment ceux et celles qui entrevoient l'avenir du Canada sur l'angle de Bay Street. Mais les citoyens de l'Alberta, du Québec, de la Colombie–Britannique, de Terre–Neuve et de la Saskatchewan voient les choses différemment et la SRC n'a aucunement l'intention d'abandonner les régions du pays.

Enfin, nous comptons accroître la présence régionale du réseau qui dépasse actuellement 50 p. 100 à la télévision anglaise et augmente constamment à la télévision française.

Our plan, Mr. Chairman, will also disappoint those who advocate that the CBC should cease to broadcast programs that are profitable and concentrate only on programs that must be paid for by the taxpayer. Mr. Chairman, this is pure sophistry. The CBC does not use tax funds to compete unfairly against the private sector. The real problem is that some private sector broadcasters are simply unable to compete and are attempting to use these hearings to obtain an advantage over the CBC, rather than improving their efficiency so that they can be more competitive.

In fact, the CBC works well with the private sector, most of whom recognize and appreciate the value of joining forces with us. We see more and more of such creative alliances in the future as we become a player in the multi–channel universe at no cost to the taxpayer.

In the end, Mr. Chairman, what counts is not what the CBC says, or what the editors of *The Globe and Mail* say, or what merchants of specious recipes reeking of self–interest say. What counts is what Canadians say, and Canadians value the CBC. They said so in a *Maclean's* survey earlier this year. They certainly say so in annual media surveys, and they tell me as I travel across this great country of ours. But they also ask me, why do we still have American programs on English television

[*Translation*]

• 0910

Il s'agit là d'un bel exemple d'alliance stratégique entre la SRC et le secteur privé. En unissant leurs forces, la SRC et ses partenaires espèrent pouvoir réussir à faire ensemble ce que ni le secteur public ni le secteur privé n'arriveraient à faire seuls.

Ces deux nouveaux services, TRIO et Newsworld International, produiront un bon rendement pour les contribuables. Ils feront la promotion d'artistes canadiens et rehausseront l'image du Canada à l'étranger.

Monsieur le président, ces quatre journées passées à Montréal, Edmonton, Calgary et Toronto m'ont grandement inspiré. Les gens que j'ai rencontrés, à la SRC comme ailleurs, m'ont convaincu que le besoin d'une présence canadienne forte sur les ondes n'a jamais été aussi grand qu'aujourd'hui.

La SRC n'est pas parfaite. Cela, nous le savons. Elle reflète les mêmes tensions, espoirs et craintes que l'on retrouve dans tout le pays. Cependant, les lacunes de la SRC sont une raison pour améliorer la société, et non pour la détruire, tout comme on ne penserait pas détruire le Canada en raison de ses faiblesses. Après tout, la majorité des peuples de la terre aimeraient bien échanger leurs problèmes avec les nôtres.

Our strategic plan talks of ways in which service to Canadians can be strengthened, because our plan is to build, not to destroy. Our plan will disappoint those whose vision of Canada is inspired by the view from Bay Street. The people of Alberta, Quebec, BC, Newfoundland, Saskatchewan, they see things differently, and the CBC has no intention to abandon Canada's regions.

In fact, the regional presence on our networks, already over 50% in English and increasing in French, is scheduled to become more significant in the future.

Monsieur le président, le plan de la SRC décevra aussi ceux et celles qui aimeraient que la société cesse de diffuser des émissions rentables pour se concentrer seulement sur celles qui doivent être financées par des contribuables. Il s'agit là, monsieur le président, d'un sophisme pur et simple. La SRC n'utilise pas l'argent des contribuables pour livrer une concurrence déloyale au secteur privé. Le vrai problème, c'est que certains radiodiffuseurs privés sont incapables de faire face à la concurrence. Ils tentent donc d'utiliser ces audiences pour obtenir un avantage sur la SRC plutôt que pour trouver des moyens d'accroître leur efficacité et de renforcer leur compétitivité.

En fait, la SRC s'entend très bien avec les intervenants du secteur privé. La plupart reconnaissent et apprécient la valeur d'une collaboration avec la SRC. La société entrevoit un plus grand nombre d'alliances novatrices dans l'avenir, au fur et à mesure qu'elle se taille une place dans l'univers multichaîne, et ce, sans apport additionnel des fonds publics.

En fin de compte, monsieur le président, ce qui importe, ce n'est pas ce que prétend la SRC, ni les rédacteurs du *Globe and Mail*, ni même les marchands de formules spécieuses et intéressées. Ce qui compte, c'est ce que disent les Canadiens, et les Canadiens ont la SRC à coeur. C'est ce que révèle un sondage effectué par la revue *Maclean's* au début de l'année. C'est également ce que révèlent clairement les études annuelles des médias ou ce que me disent les Canadiens des quatre coins

[*Texte*]

when these programs are widely available elsewhere? They admire radio, but they ask why Victoria, the capital of British Colombia, is the only provincial capital in Canada without a CBC radio station. And they ask many other questions about our programming and our coverage.

Ils souhaitent également en savoir plus sur la Société Radio–Canada, non seulement savoir comment l'argent des contribuables est dépensé, mais aussi comment les décisions en matière de programmation sont prises. Ils veulent également avoir leur mot à dire. Ils veulent être entendus.

Enfin, ils s'inquiètent au sujet du financement, compte tenu des contraintes financières de la Société, et se demandent quels changements la Société devra apporter. Ils se demandent si les changements seront faits à coups de hache, ou s'ils seront faits avec plus de délicatesse.

• 0915

Monsieur le président, notre plan stratégique cherche à répondre à ces questions. Il y en a bien d'autres encore. Ce plan n'entre pas dans tous les détails. Dans une entreprise créatrice les réponses ne proviennent pas du haut de la pyramide. Notre plan repose sur une vision et donne les grandes lignes d'une démarche. Le peaufinage doit être laissé aux artisans qui façonnnent les images et les sons que nous voyons et entendons.

The changes outlined in our plan are the most significant in CBC history since the arrival of television. The virtual elimination of U.S. content on English television is perhaps the most radical, speaking to a fundamental reassertion of the CBC as a Canadian public service and responding to changes in the broadcasting environment.

Mais le renforcement de nos deux services radiophoniques et de la télévision française est également capital. L'importance que nous accordons à la réaction de nos auditoires, qui nous parviendra grâce à la mise en place de mécanismes plus directs, constitue également une nouvelle orientation qui s'éloigne radicalement de la perception selon laquelle nous savons ce qui est bien pour vous. Bien que notre feuille de route en matière de rentabilité soit très solide nous proposons d'accroître davantage notre efficacité au point où elle sera inégalée par des entreprises comparables dans le monde occidental.

C'est uniquement grâce aux talents et au dévouement des gens, qui d'une façon ou d'une autre travaillent à la Société Radio–Canada, que nous pourrons réussir cet exploit. Sans leur énergie et leur contribution, le meilleur des plans est voué à l'échec.

Maintenant monsieur le président, avec votre permission, j'aimerais vous présenter une courte bande vidéo illustrant les réalisations de ces artisans.

[*Présentation audiovisuelle*]

• 0925

Monsieur le président, vous avez en main notre plan stratégique. Je n'examinerai pas en détails chaque partie du plan. Je me contenterai d'en énumérer les points saillants.

[*Traduction*]

du pays lorsque je les rencontre. Cependant, ils m'interrogent également sur la présence d'émissions américaines à la télévision anglaise, alors que de nombreuses chaînes diffusent ces émissions. Ils admirent les services radiophoniques de la SRC, mais ils se demandent pourquoi Victoria, la capitale de la Colombie–Britannique, est la seule capitale provinciale où la SRC n'exploite pas une station radiophonique. Ils s'interrogent également sur notre programmation et sur notre rayonnement.

They also want to know more about the Canadian Broadcasting Corporation, not only about how the CBC spends, but also how programming decisions are made. And they want input. They want to be heard.

And finally, they worry about funding. They ask how, given the financial circumstances that we face, the CBC will have to change and whether the changes will be done with a meat cleaver or through a more sensitive approach.

Mr. Chairman, our strategic plan attempts to answer these and other questions. It is not detailed in every way, because in a creative organization, the answers are not generated in top down fashion. The plan describes a vision and sketches the broad outlines of a strategy, but the fine details must come from the people whose talent shapes the images and sounds we see and hear.

Les changements énoncés dans le plan sont les plus importants dans l'histoire de la SRC depuis l'avènement de la télévision. La quasi–élimination des émissions américaines de la grille de la télévision anglaise est peut–être le changement le plus radical, un virage qui répond à la réaffirmation fondamentale du rôle de la SRC comme service public et à l'évolution du paysage audiovisuel.

But the strengthening of our two radio services and French TV is also important and significant. The responsiveness to our audiences, through more direct linkages, also represents a radical departure from the perception that we know what is best for you. And, for an organization with a demonstrably strong track record in providing value for each dollar spent, we propose to become even more efficient, to a degree unmatched by comparable organizations throughout the Western world.

This is only possible because of the talent and commitment of the people who, in one way or another, work for the CBC. Without their energy, the best plans in the world would come to naught.

And now, Mr. Chairman, with your permission, I'd like to show a short video that captures some of the work that these people do.

[*Audio–visual presentation*]

You have our Strategic Plan, Mr. Chairman. I will not cover every element of the plan now, but merely highlight the most significant ones.

[*Text*]

En bref, ce que la Société Radio–Canada envisage de mettre en oeuvre, au cours des quatre prochaines années,

1. An English television schedule that is 95% Canadian in prime time and 80% Canadian throughout the day.

2. Élargir la couverture régionale, nationale et internationale au service d'informations de la télévision française; augmenter le nombre des dramatiques, des mini–séries et des films;

3. Une insistance accrue sur la programmation régionale et sur les questions d'intérêts locales se traduisant par la création de nouveaux bureaux journalistiques pour la radio française à l'Île–du–Prince–Edouard, en Estrie et en Mauricie;

4. A new English radio station in Victoria, and the development of new services for specialized audiences in radio.

5. Annual accountability sessions on each of our four networks during which the president and senior managers hear directly from our listeners and viewers and account for the performance of the CBC.

6. Further efficiencies of $120 million per year, with a consequent staff reduction of about 1,000.

7. Reduce dependence on commercial advertising. In return we ask Parliament to act on the government's commitments, stable funding and alternative sources of funds, because none of this is possible without those commitments being in place. We do not seek more funding but rather stable funding, dependable and more diverse. In a multi–channel universe Canada simply has no other medium but the CBC to provide the nation–enriching and nation–building service that we must have if we are to survive as an independent country in spirit as well as in name.

That is why we seek this new commitment with the Parliament and the people of Canada. Thank you, Mr. Chair.

The Chair: Thank you, Mr. Manera. We will proceed directly to questions.

Mr. Manera: Mr. Chair, may I ask my colleagues to join me now?

The Chair: Of course.

Mr. Manera: Thank you. With me are Mr. Harold Redekopp, who is vice–president of English radio;

à côté, M^me^ Michèle Fortin, la vice–présidente de la télévision française;

Mr. Michael McEwen, who is senior vice–president, media; Mr. Jim Byrd, vice–president of English television networks;

et à côté de M. Byrd, M. Marcel Pépin, vice–président de la radio française. Merci.

• 0930

Le président: Merci.

[*Translation*]

Briefly, the CBC proposes, over the next four years:

1. Une télévision anglaise dont le contenu est canadien à 95 p. 100 aux heures de grande écoute et à 80 p. 100 sur l'ensemble de la grille.

2. Expanded regional, national and international coverage in French Television information services; increased opportunities for drama, mini–series and movies.

3. More emphasis on regional programming and reflecting local concerns as exemplified by additional French radio news bureaux in Prince Edward Island, the Eastern Townships and in the St. Maurice area.

4. L'ouverture d'une station de radio anglaise à Victoria et la création de nouveaux services radiophoniques pour les auditoires spécialisés.

5. Des séances de compte rendu annuelles, diffusées à chacun des quatre réseaux de la SRC, au cours desquelles le président–directeur général et des membres de la haute direction feront état des réalisations de la société, et répondront directement aux questions des auditeurs et des téléspectateurs.

6. Des réductions de coûts de 120 millions de dollars qui se traduiront par l'abolition d'environ 1 000 postes.

7. Une diminution de la dépendance de la SRC par rapport aux recettes publicitaires. En retour, la SRC demande au Parlement de respecter les engagements du gouvernement, à savoir: un financement stable et une nouvelle source de financement, sans lesquels rien de tout cela n'est possible. La SRC ne demande pas des crédits parlementaires additionnels, mais bien un financement stable. Un financement diversifié sur lequel elle pourra compter. Dans un paysage télévisuel multichaîne, la SRC est le seul média dont le Canada dispose pour fournir des services contribuant à l'édification et à l'enrichissement du pays, des services essentiels à la survie du Canada en tant que pays indépendant digne de ce nom.

Voilà pourquoi la SRC recherche ce nouvel engagement avec le Parlement et la population du Canada. Merci, monsieur le président.

Le président: Merci, monsieur Manera. Nous allons passer directement aux questions.

M. Manera: Monsieur le président, puis–je maintenant demander à mes collègues de se joindre à moi?

Le président: Bien sûr.

M. Manera: Merci. Je suis accompagné de M. Harold Redekopp, vice–président de la radio anglaise;

Ms Michèle Fortin, vice–president, French television;

M. Michael McEwen, premier vice–président, médias; M. Jim Byrd, vice–président, réseaux anglais de télévision;

and next to Mr. Byrd, Mr. Marcel Pépin, vice–president, French radio. Thank you.

The Chair: Thank you.

[*Texte*]

Madame Tremblay.

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Madame, messieurs, bonjour. Merci pour votre présentation, monsieur Manera.

Dans un premier temps, je voudrais aborder avec vous l'écart de financement entre les deux réseaux, le réseau français et le réseau anglais de Radio-Canada. Votre document reste muet sur l'écart de financement entre les deux réseaux. Cependant, la forme de votre document parle d'elle-même: vous consacrez quatre pages et demie à la télévision anglaise et un peu moins de trois pages à la télévision française; vous consacrez quatre pages à la radio française et sept pages et demie à la radio anglaise. On peut se rendre compte de quel côté penche la Société et il est probable que le nombre de pages est proportionnel à l'investissement en termes de budget.

De plus, lorsque vous parlez de remaniement apporté à la télévision anglaise pour relever les nouveaux défis de la canadianisation des ondes, vous mettez ces changements dans le contexte de la stratégie financière proposée. Si vous regardez à la page 20 de votre document vous écrivez, et je vous cite:

> Dans le contexte de la stratégie financière proposée nous avons élaboré une stratégie de programmation utilisant des structures en place et offrant le plus grand nombre possible d'émissions typiquement canadiennes qui soient à la fois populaires et de qualité.

Ceci est votre stratégie pour la télévision anglaise. Quand on aborde un peu plus loin la stratégie pour la télévision française:

> Nous devons non seulement réaliser des compressions budgétaires importantes mais devons nous efforcer d'allouer nos ressources différemment, ce qui nous permettra de réaliser avec plus de pertinence et de vigueur les principales exigences de notre mission.

On voit donc que, dans le texte même, vous semblez avoir dit les mêmes choses, car j'ai vérifié les versions anglaise et française, le document ayant été traduit de façon remarquable. Alors, il y a vraiment un écart entre les deux réseaux de télévision et actuellement il est de 200 millions de dollars.

Les principales raisons que vous avez évoquées jusqu'à maintenant étaient, pour justifier cet écart, soit que les coûts de production sont plus élevés au Canada anglais, soit que l'achat des licences est également plus élevé que pour les marchés francophones. Renseignements pris, on a su que, d'une part les coûts de production ne sont pas plus élevés à Toronto qu'à Montréal, et Roch Demers en a même informé le ministre Dupuy lors d'une conférence publique au moment où il participait à une rencontre dans le cadre de *Cité Libre*, et d'autre part, en ce qui a trait à l'achat de licences de diffusion, ces achats ne justifient pas la différence de financement entre les deux réseaux.

La responsabilité de la preuve en ce qui concerne le fait que le réseau anglais a droit à plus d'argent que le réseau français repose donc sur vos épaules, et la démonstration qui en est faite dans les documents que vous nous avez présentés, ne m'a pas satisfaite. Pour le dire plus simplement, nous dénonçons l'écart de financement qui existe entre les deux réseaux.

M. Knowlton Nash, dans son livre qui vient d'être publié, dit à la page 446 sur *The National* et *The Journal*, les magazines nationaux d'information du réseau CBC de télévision, ceci, et je le cite:

[*Traduction*]

Mrs. Tremblay.

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Ladies and gentlemen, good morning. Thank you for your presentation, Mr. Manera.

First, I would like to raise with you the differences in funding for the two networks, the French and English networks of the CBC. Your document is silent on the difference of funding for the two networks. Yet, the format of your document says it all; you devote four and a half pages to the English TV network and somewhat less than three pages to the French TV network; you devote four pages to the French radio and seven and a half pages to the English radio. We can see the side the CBC favours and the number of pages is probably proportional to the allocation of the budget.

Moreover, when you speak of the changes that were made to the English television in order to meet the new challenges of Canadianizing the airwaves, you place these changes within the context of the proposed financial strategy. On page 17 of your document you write, and I quote you:

> Within the context of the financial strategy presented, we have developed a programming strategy that builds on the base that exists, maximizing the viewing of popular, quality programming, specifically Canadian programming.

That is your strategy for the English television. Further, when you present the strategy for the French television, you say:

> We must cut our budgets significantly and, moreover, do our best to allocate our resources differently in order to bring more relevance and vitality to the achievement of our mission's basic requirements.

So we see that in the same text you seem to be saying the same things, because I checked the French and English versions, and the document was admirably translated. So, there is really a difference between the two television networks and that difference is currently $200 million.

So far, the main reasons you have suggested to justify this difference were that either the costs of production were higher in English Canada or that the cost of permits was higher than for the French markets. After checking we found that the costs of production are no higher in Toronto than they are in Montreal, and Roch Demers even informed minister Dupuy of that factor in a public conference in which he was participating and which has been organized for Cité Libre, and, secondly, the cost of purchasing broadcasting permits does not justify the difference between the funding of the two networks.

The onus of proving that the English network is entitled to more money than the French network therefore rests with you, and the reasons given to justify this difference in the documents you've tabled have not convinced me. To put it more simply, we are denouncing the differences in funding between the two networks.

Mr. Knowlton Nash, in his recently published book, says on page 446 about *The National* and *The Journal*, the national news magazines broadcast on the CBC's television network, and I quote him:

[*Text*]

The success of *The National* and *The Journal* seemed even more impressive when the French network launched its prime time journalistic twin a year later. While it was a major success, *Le Téléjournal et Le Point* never made quite as big an impact as the English network program, in part because it wasn't given as many resources or as much money.

Il n'y a aucune raison logique qui fasse que le service d'information anglophone bénéficie de plus d'argent que le service d'information francophone. Pourquoi, monsieur Manera, la Société a–t–elle institutionnalisé le sous–financement de son réseau francophone?

Le président: Monsieur Manera.

M. Manera: Merci, monsieur le président et madame Tremblay. Je suis très heureux d'entendre que M^me^ Tremblay a constaté qu'on dit la même chose en anglais et en français. C'est toujours le cas.

Mme Tremblay: Ne me faites pas dire ce que je n'ai pas dit!

• 0935

M. Manera: La question de la répartition interne des budgets est une question qui nous préoccupe constamment. Il faut toujours regarder l'ensemble des budgets parce que si on regarde des émissions en particulier, il est très facile de trouver des exemples où l'écart semble excessif. Ne croyez pas que la répartition est faite simplement en décidant arbitrairement, à chaque début d'année, combien on va donner au réseau français et combien on va donner au réseau anglais. On considère les besoins, les contraintes et on essaie de répartir les budgets de façon équitable.

Il faut se rappeler que la Loi sur la radiodiffusion exige, pour les deux services, en anglais et en français, que la société s'efforce d'offrir un service d'une qualité équivalente. Il est difficile de juger de la qualité parce que c'est quelque chose de subjectif, mais nous avons l'opinion du CRTC qui s'est penché là–dessus au printemps dernier, et dont la conclusion est que la qualité est plus ou moins équivalente. Donc la répartition des budgets, c'est une chose, mais ce qui compte, c'est la qualité à l'antenne.

Deuxièmement, nous avons rejeté la proposition d'une répartition per capita. On n'a jamais employé cette expression pour juger de l'équité de la répartition. La répartition per capita n'est pas acceptable pour les raisons citées par M^me^ Tremblay. Donc, si on regarde la répartition entre le côté anglais et le côté français, elle se chiffre à environ 63,37 p. 100 à travers les années. C'est beaucoup plus favorable au côté français qu'une répartition per capita mais nous admettons qu'elle n'est pas équivalente à 50/50.

Pourquoi ce n'est pas 50/50? Premièrement il y a vraiment des coûts qui sont plus élevés du côté anglais à cause du bassin de population. Il y a plus de régions. Nous avons neuf régions en anglais, et sept en français. Il y a plus d'heures d'émission. Du côté anglais la télévision a presque 17 000 heures d'antenne par année. Du côté français, il y a 8 000 heures. Donc, je pense qu'en étant très objectif, je ne dirai pas qu'on a trouvé la formule exacte pour assurer l'équité. Mais ce n'est pas un concept qui est susceptible de se mesurer avec une telle précision, car il y a un élément de subjectivité.

[*Translation*]

Le succès des émissions *The National* et *The Journal* a paru encore plus impressionnant lorsque le réseau français a lancé, un an plus tard, ses émissions journalistiques équivalentes, transmises à une heure de grande écoute. *Le Téléjournal* et *Le Point* ont remporté un vif succès, mais n'ont jamais eu tout à fait la même influence que les émissions du réseau anglais, ce qui s'explique en partie par le fait qu'on ne leur a pas accordé autant de ressources ni autant d'argent.

There's no logical reason why the English news service gets more money than the French news service. Can you tell me why, Mr. Manera, the CBC has institutionalized the under–funding of its French network?

The Chair: Mr. Manera.

Mr. Manera: Thank you, Mr. Chairman and Mrs. Tremblay. I am very happy to hear Mrs. Tremblay saying that she has noticed that we're saying the same thing in French and in English. That is always the case.

Mrs. Tremblay: Don't put words into my mouth!

Mr. Manera: The question of budget internal distribution has always preoccupied us. We have to look at the whole of the budget for if we look at specific programs, it is very easy to find examples where the difference looks excessive. Don't think the allocation is done simply by deciding arbitrarily, every beginning of the year, how we're going to give to the French network and how much to the English network. We take into account the needs, the constraints, and we try to distribute the budget equitably.

You have to remember that the Broadcasting Act requires, for both services, in English and in French, that the corporation try to give a service of an equivalent quality. Quality is something subjective, also it is difficult to judge, but we have CRTC opinion, which dealt with the problem last spring, and which concluded that the quality is more or less equivalent. So the budget distribution is one thing, but what counts is the quality of broadcasting.

Secondly, we rejected the proposal for a per capita distribution. We never used this concept to deal about equity of distribution. Per capita allocation is not acceptable for the reasons quoted by Mrs. Tremblay. So distribution between the English side and the French side is about 63,37% through the years. It is much more advantageous to the French side than a per capita distribution, but we recognize that it is not equivalent to 50/50.

Why not 50/50? In the first place, there are really costs which are higher on the English side to reflect the difference in population. There are more regions. We have nine regions on the English side and seven on the French side. There are more hours of programming. On the English side, their television has almost 17,000 hours of broadcasting per year. On the French side, it's 8,000 hours. So, to be really objective, I could not say that we found the exact formula to guarantee equity. But it is not a concept which can be assessed with such a precision, for there is an element of subjectivity.

[*Texte*]

Je voudrais vous dire que dans la mesure où on peut avoir des mesures objectives, je suis satisfait de voir que, grosso modo, la répartition est équitable. Maintenant en ce qui concerne les stratégies qui sont décrites dans notre manuel, il est très évident que le besoin et le contexte étant différents, les stratégies doivent être différentes. Le fait que le rapport contienne plus de pages pour la télévision anglaise, montre peut–être qu'on a plus de problèmes sur le réseau anglais. Donc, je ne voudrais pas qu'on en arrive à la conclusion que le nombre de pages est un indicateur de l'importance que l'on accorde aux divers services.

Mme Tremblay: Je suis heureuse de voir que M. Manera constate comme nous qu'il y a deux pays dans ce pays, parce qu'il y a neuf régions en anglais et sept en français. On fait seulement 8 000 heures pour les francophones et 17 000 heures pour les anglophones. C'est conforme à tout ce qu'on a toujours dit: deux pays dans ce pays.

À partir d'exemples concrets, du moins à ce qu'on nous rapporte, quand les journalistes de Radio–Canada sont allés dans le Golfe pour couvrir la Guerre du Golfe, pourquoi les anglophones ont–ils été logés dans de bons hôtels du centre–ville et les francophones dans les hôtels minables, de douzième ordre, dans la banlieue des grandes villes, loin de la guerre, loin des journaux, loin de la télévision, de la radio, et loin des lignes de téléphone? Pourquoi cette différence, cette discrimination entre des journalistes qui appartiennent à la même société?

M. Manera: Monsieur le président, je prends ces exemples au sérieux et lorsqu'il y a des gens qui soulèvent de telles questions, j'essaie d'approfondir pour m'assurer qu'il y a de bonnes raisons. Mais il faut regarder la chose du point de vue de la façon dont on gère une société comme la Société Radio–Canada. Ce n'est pas le président de Radio–Canada, à Ottawa, qui décide des affectations ni des hôtels dans lesquels sont logés les journalistes, etc. La gestion quotidienne est très décentralisée. Il faut naturellement essayer d'éviter que ces exemples qui ont été cités, se reproduisent, mais il y en a d'autres. Il y a des exemples qui parlent aussi des écarts entre la radio et la télévision. J'ai même des exemples entre les gens de la télévision: ceux qui sont au vingtième étage trouvent qu'il y a des écarts avec ceux du vingt et unième étage.

[*Traduction*]

I'd like to tell you that as long as we can have objective measures, I am pleased to see that in the whole, the distribution is equitable. Now, concerning the strategies we describe in our manual, it is clear that the need and the context are different, so the strategies must be different. If the report has more pages on the English side of television, that's perhaps to show that we have more problems on the English network. So, I would not want anybody to conclude that the number of pages is indicative of the importance we give to the different services.

Mrs. Tremblay: I am glad to see that Mr. Manera concludes as we do that we have two countries here, because we have nine regions in English and seven in French. We only have 8,000 hours for the French–speaking viewers and 17,000 hours for the English–speaking viewers. It is exactly what we have always said: there are two countries in one here.

When we take actual examples, at least that's what has been reported, when the reporters from CBC went to the Gulf to cover the war, how come those who spoke English stayed downtown in good hotels while the French were lodged in shabby hotels of poor quality, in the outskirts of the cities, far from the war, far from the papers, far from the television, from the radio and from the telephone lines? Why this difference, this discrimination between reporters who belong to the same corporation?

Mr. Manera: Mr. Chairman, when people ask these kinds of questions, I take very seriously this matter and I try to examine it thoroughly to be sure there are good reasons to explain it. But we have to look at the matter from the way we manage a corporation like CBC. It is not the president of CBC who decides from Ottawa in which hotels will stay the reporters, etc. The daily operation is very decentralized. We must naturally try to make sure the situations we just referred to won't happen again, but there are other examples. There are examples on the differences between radio and television. I even have examples between different people in television: those who are located on the 20th floor find there are differences with those from the 21st floor.

• 0940

La seule façon d'assurer qu'il n'y aura jamais d'écarts de ce genre, serait, soit que je gère la chose complètement d'Ottawa et je pourrai ainsi assurer toujours la même règle à travers le pays, soit qu'il y ait une grosse bureaucratie avec des règles et des politiques qui permettraient de prendre une décision localement. Et je pense que c'est impossible.

Donc, dans une telle entreprise, on ne peut jamais assurer qu'il n'y aura pas de tels écarts. C'est la vie. On essaie, lorsqu'on les constate, de les corriger, ou, peut–être, de parler aux gens. Mais, monsieur le président, il faut toujours se rappeler qu'on essaie de gérer de façon plus décentralisée que ça l'est.

Le président: Merci, monsieur Manera.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Good morning, Mr. Manera and colleagues.

The only way to make sure that we will never have differences of this kind would be either for me to manage everything from Ottawa so to be sure to apply always the same rule anywhere in the country, or to have a big bureaucracy with its rules and its policies so as to take decisions locally. And I think it's impossible.

So, in such a matter, we can never guarantee that we won't have such differences. It's life. When they happen, we try to correct them or perhaps to speak with people. But, Mr. Chairman, we always have to remember that we're trying to have a more decentralized management.

The Chair: Thank you, Mr. Manera.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je souhaite le bonjour à M. Manera et à ses collègues.

[*Text*]

I'm going to move this morning to question you about your mandate. Specifically, on page 12 we read:

> The most fundamental distinction between the CBC and the private sector is that public broadcasting is driven by values of service rather than profit. Our programming must be more thoughtful. It must provide the kind of text and context that empower citizens to make informed choices in a democratic society. It must move and amuse them with programs that best reflect their own values and experiences.

I also draw your attention to page 13, where you have said: "We will not exploit or titillate in order to deliver audiences to advertisers."

Mr. Manera, I have four questions to ask you this morning. I am going to be using some videotape material. The first one came to my attention through a constituent in October. She said:

> Through a copy of this letter, I am asking my MP to fight to end all taxpayer funding for your porno shows and all other programming. I do not wish to give your network a dime of my money. I'll watch hockey on TSN and news on CTV.

We are going to see some scenes that will be offensive to viewers from a show called *Russian Striptease*. It played on October 3 on *Passionate Eye*.

I have four questions for you, Mr. Manera. How does *Russian Striptease* qualify as Canadian content? How could you possibly have made a programming decision on the basis of what you are going to see? If you are ever challenged under the Criminal Code with respect to obscenity, sections 163.1(a) and 163.1(b), 163(3) and 163(8), how would you ever respond to a challenge like that in a court?

The other piece I will show you is called *Freedom had a Price*. It is a heritage piece that was produced on behalf of members of the Ukrainian community regarding their internment in the First World War. They have been refused air time on CBC on the basis it does not shed light on contemporary public policy issues. Our Parliament is currently working through a policy position on this issue of internment.

I'm going to ask the indulgence of the committee to see these two pieces. They are in direct contrast to what you portrayed today with that marvellous video of the CBC. Then I'd like you to answer my questions directly.

The Chair: Point of order.

Ms Brown (Oakville—Milton): I feel we do not have Mr. Manera and his staff here very often. I'd much prefer to talk to them and hear their point of view than hear Mrs. Brown's diatribe about. . .

The Chair: I'm in your hands.

[*Translation*]

Je vais ce matin vous interroger au sujet de votre mandat. Plus précisément, nous pouvons lire à la page 14 de votre mémoire:

> La distinction la plus fondamentale entre la SRC et le secteur privé, c'est que les valeurs de la radiodiffusion publique sont fondées sur la notion de service, plutôt que sur les profits. Notre programmation se doit d'être plus réfléchie. Elle doit offrir le genre de contenu qui donne aux citoyens les moyens de faire des choix éclairés dans une société démocratique. Elle doit les émouvoir et les amuser en leur offrant des émissions qui reflètent fidèlement leurs valeurs et leurs expériences.

J'attire aussi votre attention sur ce que vous avez déclaré à la page 15: «Nous refuserons de recourir à l'exploitation ou au sensationnalisme pour attirer des auditoires plus nombreux dans le seul but de vendre des auditoires aux annonceurs.»

Monsieur Manera, j'ai quatre questions à vous poser ce matin. Je vais faire usage de certains enregistrements sur bande vidéo. C'est une habitante de mon comté qui a attiré mon attention sur le premier d'entre eux en octobre. Voici ce qu'elle a écrit:

> En lui faisant parvenir cette lettre, je demande à ma députée de lutter pour que l'argent des contribuables ne serve plus à financer vos spectacles pornographiques et autres émissions de ce type. Je ne veux pas que votre réseau reçoive un sou de ma part. Je vais regarder le hockey à TSN et les nouvelles à CTV.

Nous allons voir un certain nombre de scènes dérangeantes pour les téléspectateurs, tirées d'un spectacle intitulé *Russian Striptease*. Il a été transmis le 3 octobre dans le cadre de l'émission *Passionate Eye*.

J'ai quatre questions à vous poser, monsieur Manera. En quoi *Russian Striptease* répond–il aux critères du contenu canadien? Pourriez–vous prendre des décisions en matière de programmation en tenant compte à l'avance de ce que vous allez voir? Si jamais vous êtes poursuivis en justice pour obscénité aux termes des dispositions des articles 163.1a), 163.1b), 163(3) et 163(8) du Code criminel, qu'allez–vous dire pour votre défense?

L'autre enregistrement que je veux vous montrer s'intitule *Freedom had a Price*. Il s'agit d'une émission sur le patrimoine qui a été produite pour le compte des membres de la communauté ukrainienne et qui porte sur leur internement au cours de la Première Guerre mondiale. La SRC a refusé de passer cette émission sur les ondes parce qu'elle ne traitait pas de questions de politique publique contemporaines. Notre Parlement est actuellement en train de se doter d'une politique sur cette question de l'internement.

Je demanderais au comité de bien vouloir visionner ces deux enregistrements. Ils sont en opposition directe avec le portrait que vous nous avez fait aujourd'hui grâce à cette merveilleuse vidéo de Radio–Canada. Je vous demanderais de répondre directement à mes questions.

Le président: Il y a un rappel au Règlement.

Mme Brown (Oakville—Milton): Je considère que ce n'est pas très souvent que nous avons l'occasion d'avoir ici M. Manera et les membres de son personnel. J'aimerais bien mieux pouvoir leur parler et entendre leur point de vue plutôt que d'écouter les diatribes de M^me^ Brown au sujet. . .

Le président: Je m'en remets à vous.

[*Texte*]

Mrs. Brown (Calgary Southeast): This is part of my question. I am trying to make a point about the mandate. We have had people waxing eloquent here for weeks and months about the mandate of the CBC. It happened last week and all of you on the other side of the House broke into applause. What you are going to see is what viewers in Canada are having a look at. It does not address the mandate issue. That is my point.

Ms Brown (Oakville—Milton): The mandate per se is before this committee as assigned by the minister. He asked us three questions. An analysis of the mandate was not part of what he asked us to do. Therefore testimony relating to whether the mandate is right or wrong is really not before this committee and is inappropriate for this meeting.

• 0945

Mrs. Brown (Calgary Southeast): In a multi-channel universe, a new mandate is what we are looking at. That was part of what we were charged to do as a committee, and I am trying to make a point here.

Le président: Madame Tremblay.

Mme Tremblay: Je pense que M^me^ Brown dispose de 10 minutes pour poser des questions et je voudrais l'assurer qu'on ne censure les questions de personne ici. Elle peut utiliser son temps comme elle veut. Je ne sais pas ce qu'elle va nous dire ou nous montrer mais elle dispose de ses 10 minutes. On ne va pas commencer à dire que nos questions sont bonnes, pertinentes ou pas, parce qu'on va avoir des problèmes avec les vôtres, madame, que vous posez depuis le début que le Comité existe, je m'excuse.

Des voix: Ah, ah!

Mme Tremblay: Quand on a des figurants, il n'est pas évident que les questions soient bien posées.

Ms Brown (Oakville—Milton): I'm not questioning anyone's questions, but the interjection of another video into this with a certain point of view seems to me to be inappropriate.

The Chair: Let me try this, and if it doesn't meet with your approval, then of course you can certainly indicate that and we'll start again.

First, I don't know what is on the video, although I have a little hint from this letter. We've had video presentations by the CBC itself, so the principle of a video presentation has been accepted. We've had videos from other people as well. My inclination would be to let Mrs. Brown show her video and use her time in this way if she wishes, but I'm in the hands of the committee otherwise.

Mr. Manera: I'm quite familiar with the two issues, and I can answer them if you like.

The Chair: Sure. Do you mind if we see this?

[*Traduction*]

Mme Brown (Calgary-Sud-Est): Cela fait partie de ma question. J'essaie de faire valoir un argument au sujet du mandat. Voilà des semaines et des mois que nous recevons ici des gens qui ne tarissent pas d'éloges au sujet du mandat de Radio-Canada. C'est ce qui s'est passé la semaine dernière, et tous tant que vous êtes, de l'autre côté de la Chambre, vous avez applaudi à tout rompre. Vous allez voir maintenant ce que les téléspectateurs canadiens doivent regarder. Ce n'est pas conforme au mandat de la société. C'est ce que je veux faire comprendre.

Mme Brown (Oakville—Milton): Le mandat en tant que tel a été déposé devant notre comité tel qu'il a été attribué par le ministre. Ce dernier nous a posé trois questions. L'analyse du mandat ne figure pas parmi les choses qu'il nous a demandé de faire. Par conséquent, le comité n'a pas à entendre de témoignages pour savoir si le mandat est bon ou mauvais, et cette discussion n'a pas lieu de se faire au cours de cette séance.

Mme Brown (Calgary-Sud-Est): Dans un paysage visuel comportant de multiples chaînes, c'est un nouveau mandat que nous examinons. Cela fait partie de la tâche qui a été confiée à notre comité, et je cherche à faire valoir un argument ici.

The Chair: Mrs. Tremblay.

Mrs. Tremblay: I think 10 minutes are allocated to Mrs. Brown for her to ask her questions and I would like to assure her that we're not going to censor any question from anybody here. She can use her time as she likes. I don't know what she's going to say or what she's going to show us but she has 10 minutes to do it. With respect, we are not going to say some questions are good, appropriate and others are not, because we're going to have problems with yours, Madam, those you're asking from the start as a member of the committee.

Some hon. members: Oh, oh!

Mrs. Tremblay: When you deal with puppets, questions are not always well asked.

Mme Brown (Oakville—Milton): Je ne conteste à personne le droit de poser des questions, mais il me paraît malvenu qu'on intervienne dans le débat en nous présentant une fois de plus une vidéo dans un certain esprit.

Le président: Nous allons essayer une chose, et, si vous n'êtes pas d'accord, vous pourrez évidemment nous le faire savoir, et nous repartirons de zéro.

Tout d'abord, je ne sais pas ce que contient cette vidéo, même si j'en ai une petite idée en lisant cette lettre. Radio-Canada elle-même nous a fait une présentation vidéo, ce qui fait que le principe des projections vidéo a été accepté. D'autres personnes nous ont elles aussi présenté des vidéos. Je suis tenté de laisser M^me^ Brown nous montrer son enregistrement vidéo et utiliser ainsi le temps qui lui est imparti comme elle le désire, mais je m'en remets par ailleurs au comité.

M. Manera: Je connais bien les deux questions, et je peux y répondre si vous le voulez.

Le président: Très bien. Vous n'avez pas d'objection à voir ces enregistrements?

[*Text*]

Mr. Manera: No, I don't.

The Chair: Let's go.

[*Video Presentation*]

Mrs. Brown (Calgary Southeast): The other piece you will see is called *Freedom had a Price*, and it was produced in order for air play to demonstrate a piece of our history, a piece of our heritage prior to the First World War.

[*Video Presentation*]

Mrs. Brown (Calgary Southeast): That particular piece was not given air time. Currently–sitting Liberal members have intervened on behalf of the Ukrainian community, Mr. Manera, but all of the documentation that I have indicates that there was no way the CBC, the National Film Board, *Rough Cuts*. . . There was no place within your programming mandate. As I mentioned, you indicated in these letters that it did not shed light on contemporary current public policy issues.

[*Translation*]

M. Manera: Non, pas du tout.

Le président: Allons–y donc.

[*Projection d'un enregistrement vidéo*]

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): L'autre enregistrement que vous allez voir s'intitule *Freedom had a Price*, et il a été produit pour rappeler un fragment de notre histoire, de notre patrimoine, datant d'avant la Première Guerre mondiale.

[*Projection d'un enregistrement vidéo*]

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Cette dernière production n'a pas été diffusée. Les députés libéraux qui siègent actuellement sont intervenus en faveur de la communauté ukrainienne, monsieur Manera, mais tous les documents que j'ai pu me procurer nous indiquent qu'il n'y a pas eu moyen d'obtenir que la SRC, l'Office national du film, *Rough Cuts*. . . Cette production n'avait pas sa place, compte tenu de votre mandat de programmation. Comme je viens de le dire, vous avez mentionné dans ces lettres qu'elle ne traitait pas de questions de politique publique contemporaines.

• 0950

I'll ask you this question again: how do you see the *Russian Striptease* piece, which was aired for two hours between 8 p.m. and 9 p.m. on October 3, as qualifying as Canadian content? When you make programming decisions, how are these made? If you were ever challenged under the obscenity sections of the Criminal Code, how would address those questions? And once again, why would you have refused to air a program such as *Freedom had a Price*?

The Chair: Maybe the first one should have been seen on *Double Exposure*.

Some hon. members: Oh, oh.

Mr. Manera: Mr. Chair, I will answer the second one first because I'm familiar with those issues and I responded to letters that were sent to me by our viewers for both items.

With regard to *Freedom had a Price*, we are prepared to show it. We are negotiating with the people who own the rights and we hope that we will succeed in those negotiations.

With regard to the first question, first, I consider those scenes totally inappropriate. I have in fact responded accordingly and apologized to the individual who wrote.

These things will happen from time to time in spite of our best efforts. The actual documentary was not Canadian. We do show documentaries that are not produced in Canada from time to time when there is something that could be of interest. The scenes that were shown were not repeated over the full two hours. They were a very short excerpt from a lengthier documentary that talked about the changes taking place in Russia and how that is affecting the lives of citizens, their morals, and so on.

Je vous repose la question: où se trouve selon vous le contenu canadien de cette production, *Russian Striptease*, qui a été diffusée sur les ondes pendant deux heures entre 20 heures et 22 heures le 3 octobre? Comment prenez–vous vos décisions en matière de programmation? Si jamais vous étiez poursuivis en justice en vertu des dispositions du Code criminel s'appliquant à l'obscénité, que feriez–vous? Enfin, je le répète, pourquoi avez–vous refusé une émission comme *Freedom had a Price*?

Le président: Il aurait peut–être fallu diffuser le premier enregistrement dans le cadre de l'émission *Double Exposure*.

Des voix: Oh, oh.

M. Manera: Monsieur le président, je vais tout d'abord répondre sur le deuxième point parce que je suis au courant de ces questions et que j'ai répondu à des lettres qui m'ont été envoyées par nos téléspectateurs dans les deux cas.

Pour ce qui est de la production *Freedom had a Price*, nous sommes prêts à la diffuser. Nous sommes en train de négocier avec les gens qui en possèdent les droits, et nous espérons que ces négociations seront fructueuses.

Sur le premier point je dois dire tout d'abord que je considère que ces scènes sont totalement déplacées. C'est d'ailleurs ce que j'ai répondu en m'excusant auprès de la personne qui m'a écrit.

Il y a des choses comme ça qui se produisent de temps en temps en dépit de tous nos efforts. Ce document, en fait, n'est pas canadien. Il nous arrive à l'occasion de diffuser des documentaires qui ne sont pas produits au Canada, lorsque c'est quelque chose qui est susceptible de nous intéresser. Les scènes que vous avez vues ne se répètent pas constamment pendant les deux heures d'émission. Il s'agit d'un très court extrait d'un documentaire plus long qui parle des changements survenus en Russie et de la façon dont cela se répercute sur la vie des citoyens, sur leurs moeurs, etc.

[*Texte*]

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Mr. Manera, I watched that for the full length of its time. Indeed, that explicit nature of sexuality and female nudity does indeed occur throughout the full two hours from the point of view of an individual who was a former censor in Russia who decided that he would become involved with striptease and sexual erotica in Russia. Please don't distort that point.

Mr. Manera: The point was to demonstrate the changes occurring in Russia. I acknowledged that those scenes were inappropriate, particularly because Newsworld is a single-time-zone release. Therefore, while this may have appeared at a late hour in the central time zones, it would have appeared at supper time in the west. That's totally inappropriate. I spoke with the individual concerned.

As I said, I consider that totally unacceptable. All I can say is that we regret it. This sort of thing is not what the CBC's reputation is based on. We're not perfect—I said this in my own opening remarks—but we're trying to improve.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): How would you address the challenge under the obscenity sections of the Criminal Code if indeed this ever did get to court? What kind of an argument could you come forward with?

I don't think that what you just said necessarily. . . I do accept your remarks about it being inappropriate and that these things do happen from time to time. However, this is just not an isolated incident. I have had other comments, calls and requests from constituents and others to address this particular issue of inappropriate programming. This is not the only one. There were other occasions upon which this happened.

You didn't answer my question about program decisions and how they are made. Indeed, if you are not to exploit or titillate in order to deliver audiences to advertisers. . . This is not an isolated incident, Mr. Manera; it has happened before.

Mr. Manera: Mr. Chairman, from time to time there will be documentaries that involve scenes that a number of people may find offensive. However, when it is an essential part of telling the story, and provided that appropriate warnings are given. . . In this case, warnings were given on several occasions that scenes would be coming that would be offensive to people. That was done.

• 0955

I don't feel we should shy away from telling stories as they are. But we should have due concern, of course, for the time of day when they occur, how people are warned and whether the context is appropriate to the story.

I get letters from time to time and we check into these. Where the case is as black and white as this, I have no hesitation in apologizing and regretting it. In many other cases, I think it's justified by the context and the story.

[*Traduction*]

Mme Brown (Calgary-Sud-Est): Monsieur Manera, j'ai visionné la totalité de l'enregistrement. Les scènes de sexualité explicite et de nudité féminine se déroulent en fait tout au long des deux heures d'enregistrement et sont considérées du point de vue d'un individu qui occupait auparavant le poste de censeur en Russie et qui a décidé de participer à des activités de striptease et d'érotisme sexuel en Russie. Ne transformez pas les choses.

M. Manera: L'objectif était de rendre compte des changements qui se sont produits en Russie. Je reconnais que ces scènes étaient déplacées, notamment en raison du fait que *Newsworld* est une émission diffusée en même temps sur tous les fuseaux horaires. Par conséquent, ce qui a été diffusé à une heure tardive dans les zones centrales a été diffusé à l'heure du souper dans l'Ouest. C'est totalement déplacé. J'en ai parlé avec la personne intéressée.

Je vous le répète, je considère que c'est là une chose totalement inacceptable. Tout ce que je peux vous dire, c'est que nous le regrettons. Ce n'est pas sur ce genre de choses que Radio-Canada a fondé sa réputation. Nous ne sommes pas parfaits—je le dis dans ma déclaration d'ouverture—mais nous essayons de nous améliorer.

Mme Brown (Calgary-Sud-Est): Comment vous défendriez-vous si jamais on vous attaquait en justice en vertu des articles du Code criminel réprimant l'obscénité? Quels seraient les arguments que vous avanceriez?

Je ne crois pas que ce que vous venez de dire soit nécessairement. . . Je veux bien reconnaître avec vous que ce n'est qu'une affaire regrettable et que ce genre de choses arrivent parfois. Toutefois, il ne s'agit pas là d'un incident isolé. J'ai reçu d'autres commentaires, d'autres appels téléphoniques et d'autres demandes de la part d'habitants de mon comté et d'autres intervenants sur cette question des émissions ayant un caractère déplacé. Ce n'est pas la première fois que cela se produit. Il y a eu d'autres cas.

Vous n'avez pas répondu à ma question sur la façon dont vous prenez les décisions en matière de programmation. Si vraiment vous refusez de recourir à l'exploitation ou au sensationnalisme dans le seul but de vendre des auditoires aux annonceurs. . . Ce n'est pas un incident isolé, monsieur Manera; c'est déjà arrivé auparavant.

M. Manera: Monsieur le président, il arrive à l'occasion que des documentaires comportent des scènes qui peuvent déranger un certain nombre de téléspectateurs. Toutefois, lorsqu'elles constituent un élément essentiel de l'histoire et lorsque des avertissements sont donnés comme il se doit. . . Dans ce cas précis, des avertissements ont été donnés à plusieurs reprises pour indiquer que les scènes à venir pourraient déranger certaines personnes. C'est une chose que nous avons faite.

Je ne crois pas qu'il nous faille avoir peur de raconter les choses telles qu'elles sont. Il nous faut cependant faire bien attention, c'est évident, à l'heure de diffusion, aux avertissements qui sont donnés aux téléspectateurs et à la justification des scènes par rapport au contexte.

Il nous arrive de recevoir des lettres de temps en temps, et nous faisons des vérifications. Lorsque le cas est aussi clair qu'ici, je n'hésite pas à faire des excuses et à exprimer mes regrets. Dans bien d'autres cas, je considère que ces scènes sont justifiées, compte tenu du contexte et de l'histoire.

[*Text*]

As far as Criminal Code charges, I'm certainly not going to speculate on that. I don't feel there is any violation of any criminal code here, but it would be improper for me to speculate on those things, Mr. Chairman.

The Chair: Well, we'll all come and visit you if they throw you in the clinker.

Ms Guarnieri (Mississauga East): Well, I'm certainly baffled by Madame Tremblay's earlier conclusion that she drew from your answer that there were two countries. In fact I think the excellent video you presented is a superb example of how the CBC exemplifies a united Canada. That's the answer I derived from your comments.

Recently the Minister of Finance offered a clear signal to Canadians about the measures necessary to achieve deficit targets. Some before this committee have interpreted his statement as in effect sending a message that the government should not be in any activity where it isn't doing better than anyone else.

Mr. Manera, could you tell us how you might respond to such comments vis–à–vis CBC operations? Could you perhaps elaborate on any functions where the CBC might be found not to meet that standard? My question in essence will also give you an opportunity to boast about those CBC functions — second to none — that will also have to be improved.

Mr. Manera: Thank you, Ms Guarnieri.

Mr. Chairman, we of the CBC acknowledge that the financial situation facing the country is indeed serious and we certainly cannot escape, nor should we intend to escape, the austerity measures that have to be taken in order to bring our finances in order.

Part of the answer is to point out what we've been doing for the past ten years. But that's not enough. I think we also have to indicate what we're going to be doing over the next four years. As you know, we are facing a $180 million shortfall.

The easy answer to that would be, oh well, $180 million less, so we just cut services. We'll just close some stations. We'll close radio. We'll get out of this, we'll get out of that. Anybody can do that. But when the Government of Canada gave me my marching orders it said yes, you're going to have to cut, but please don't touch radio and please don't reduce regional services.

The board of the CBC was in full agreement with that mandate and so was I and my staff. We said instead of hacking away and cutting services to the public, why don't we try to be creative and find new ways to maintain, to strengthen and to improve service? That's basically what we've been trying to do.

The kinds of measures we are looking at are all listed in this particular book. We think that with the kind of commitment we have from the staff and maybe with a little bit of good luck, we're going to make it. We're going to make it in such a way

[*Translation*]

Pour ce qui est des poursuites intentées en vertu du Code criminel, je ne vais certainement pas me lancer dans de telles hypothèses. Je ne crois pas qu'il y ait ici une infraction quelconque aux dispositions du Code criminel, mais je serais malvenu de faire des conjectures en la matière, monsieur le président.

Le président: Eh bien, nous irons tous vous voir et vous porter des oranges s'ils vous jettent au trou.

Mme Guarnieri (Mississauga–Est): Je dois dire que je suis abasourdie après avoir entendu M^me^ Tremblay conclure tout à l'heure de votre réponse que nous avions ici deux pays en un. Je considère plutôt que l'excellente vidéo que vous nous avez présentée montre bien jusqu'à quel point Radio–Canada symbolise un Canada uni. C'est la conclusion que j'ai tirée de vos propos.

Récemment, le ministre des Finances a bien fait savoir aux Canadiens qu'il serait nécessaire d'adopter des mesures pour réduire le déficit. Certains intervenants devant notre comité ont interprété sa déclaration comme un message selon lequel le gouvernement n'avait pas lieu d'intervenir dans les domaines où il ne faisait pas mieux qu'un autre.

Monsieur Manera, pouvez–vous nous dire ce que vous auriez à répondre à une telle observation au sujet du fonctionnement de Radio–Canada? Vous pourriez peut–être nous préciser quelles sont éventuellement les fonctions qu'exerce Radio–Canada qui sont susceptibles de ne pas être à la hauteur de ce critère? Ma question vous permettra en substance de chanter les louanges des fonctions de Radio–Canada — dont l'importance est sans égal — qu'il faudra par ailleurs améliorer.

M. Manera: Merci, madame Guarnieri.

Monsieur le président, nous reconnaissons à Radio–Canada que la situation financière dans laquelle est plongé le pays est effectivement grave et que nous ne pourrons certainement pas échapper — que nous ne voulons pas échapper — aux mesures d'austérité qui doivent être prises pour mettre de l'ordre dans nos finances.

Je vous répondrai en partie en faisant état de ce que nous avons réalisé ces dix dernières années. Toutefois, cette réponse est incomplète. Il nous faut aussi indiquer à mon avis ce que nous entendons faire au cours des quatre années à venir. Nous allons faire face, vous le savez, à un manque à gagner de 180 millions de dollars.

Il serait facile de répondre simplement en disant: il suffit de réduire les services pour trouver ces 180 millions de dollars. Fermons quelques stations. Fermons les stations de radio. Sortons de tel domaine ou de tel autre. Ça, c'est une chose que tout le monde peut faire. Toutefois, lorsque le gouvernement du Canada m'a remis ma feuille de route, il m'a dit de réduire les dépenses en me demandant toutefois de ne pas toucher à la radio et de ne pas diminuer les services régionaux.

Le conseil d'administration de Radio–Canada était pleinement d'accord avec ce mandat, et c'était aussi mon cas et celui de mon personnel. Plutôt que de sabrer dans les services destinés au public, nous nous sommes dit qu'il nous fallait essayer d'être créatifs et de trouver de nouvelles façons de maintenir, de renforcer et d'améliorer les services. C'est essentiellement ce que nous nous sommes efforcés de faire.

Les différents types de mesures que nous envisageons figurent toutes dans ce document. Nous considérons qu'étant donné les engagements qu'a pris le personnel, et éventuellement avec un petit peu de chance, nous allons y

[*Texte*]

that at the end of four years it will be a leaner CBC certainly, but it will be a CBC that serves Canadians better, that has not abandoned them and said you don't really need this, we won't do it for you.

There's been a lot of talk in the press and testimony before this committee that there are certain things the private sector can do and should be doing. We have never stood in the way of the private sector doing any of the good things the CBC is mandated to do. There is nothing in the legislation that says only the CBC should have Canadian programs, only the CBC should have regional reflection, only the CBC should encourage Canadian talent. The act doesn't say that. It says the CBC has to do it, but it leaves the door open for everybody else to do it.

• 1000

My question has been, if the private sector can do all these wonderful things, why are they not doing them now? All you have to do is look at your screen any week-night in English Canada and 75% of what you will find on private television is not Canadian. What's preventing them from doing it?

So if we were to get out of some of these things, what guarantee is there the private sector would do them? In fact, I would submit the CBC acts as a standard against which the private sector can be measured, because in most cases the CBC has established the parameters for providing service to Canadians.

Any time you talk in generalities, it is very easy to say well maybe there are certain things the private sector can do. But when you look at the specifics, you will find that either it is not profitable, in which case the private sector doesn't want to do it, or else there is some other reason why they cannot do it or will not do it.

In the end, I believe if we as Canadians want to preserve the soul of this country, we have to have the most powerful communication tool in history, radio and television, working at the service of Canadians. That means there has to be some public contribution to them. Without it, it is not going to happen. What we are going to find is we're going to be at the mercy of the monopoly of private broadcasters.

That has been the history of this country since the 1930s. This is not a new phenomenon. Since the very earliest days, private interests have always tried to destroy public broadcasting, because sometimes we stand in the way of profits.

We have nothing against profits. We like to make some of them ourselves, and we do pretty well when we're engaged in profit-making activities. But I think the fundamental question is are we here to serve the public interest or are we here to serve private interests?

[*Traduction*]

arriver. Nous allons y arriver d'une manière qui fera qu'à la fin de ces quatre années Radio-Canada sera certainement dégraissée, mais ce sera aussi une institution qui servira mieux la population canadienne, qui ne l'aura pas abandonnée et qui ne se sera pas contentée de lui dire: vous n'avez pas vraiment besoin de cela, nous ne ferons plus telle ou telle chose pour vous.

On a beaucoup parlé dans la presse et au cours des témoignages qui ont été présentés devant le comité du fait qu'il y a un certain nombre de choses dont le secteur privé peut se charger et qu'il convient de lui confier. Nous n'avons jamais empêché le secteur privé de faire les bonnes choses que la SRC a pour mandat de faire. Il n'y a rien dans la loi qui prévoit que seule la SRC devrait avoir des émissions canadiennes, qu'elle seule devrait refléter les réalités régionales et qu'elle devrait être la seule à encourager les talents canadiens. Ce n'est pas ce que la loi dit; elle dit que la SRC doit le faire, mais elle laisse la porte ouverte à tous les autres réseaux.

Ce que je me suis toujours demandé, c'est pourquoi le secteur privé ne fait pas toutes ces choses magnifiques s'il peut les faire. Vous n'avez qu'à regarder votre écran n'importe quel soir de semaine, au Canada anglais, et vous vous rendrez compte que 75 p. 100 des émissions présentées à la télévision privée ne sont pas canadiennes. Mais qu'est-ce qui les empêche d'en faire?

Donc, si nous nous retirons de certaines de ces activités, qu'est-ce qui nous garantit que le secteur privé les assumerait? En fait, je dirais même que Radio-Canada fixe en quelque sorte la norme par rapport à laquelle il est possible de mesurer le secteur privé, parce que dans la plupart des cas, c'est elle qui a établi les paramètres des services offerts aux Canadiens.

Quand on se contente de généralités, il est très facile de dire que le secteur privé pourrait faire certaines choses. Mais quand on s'attarde aux détails, on se rend compte que ces activités ne sont pas rentables, auquel cas le secteur privé ne veut pas s'en occuper, ou alors qu'il y a une autre raison pour laquelle il ne peut pas ou ne veut pas le faire.

En définitive, je pense que si nous voulons préserver l'âme de notre pays, en tant que Canadiens, nous devons mettre au service de la population canadienne l'outil de communication le plus puissant de toute l'histoire, c'est-à-dire la radio et la télévision. Cela signifie que le gouvernement doit y apporter sa contribution; autrement, il ne se passera rien. Et nous nous retrouverons à la merci du monopole des radiodiffuseurs privés.

C'est ce qui se passe dans notre pays depuis les années trente. Ce n'est pas un phénomène nouveau. Depuis le début, les intérêts privés ont toujours tenté de détruire la radiodiffusion publique, parce que nous les empêchons parfois de réaliser des profits.

Nous n'avons rien contre les profits. Nous aimons bien en faire nous-mêmes, et nous réussissons assez bien quand nous nous occupons d'activités lucratives. Mais je pense que la question fondamentale, c'est de savoir si nous sommes ici pour servir l'intérêt public ou les intérêts privés.

[*Text*]

Ms Guarnieri: I have one other question. According to your documents, sport accounts for about $105 million in spending. Much of the spending, I presume, is for commercially viable broadcasts of, for example, professional hockey or baseball. How much would you estimate is dedicated to the broadcast promotion of Canadian sports that might otherwise get very little air time?

Mr. Manera: If you are referring to amateur sports, about $20 million. Those do not bring a profit, so we do those essentially as a public service, which is part of our role. That is the way a lot of sport talent starts in this country, through the amateurs, the farm teams. Then eventually they graduate to the professional teams. We consider it to be an absolutely essential part of our role to encourage that kind of development.

Mr. Ianno (Trinity—Spadina): What I'd like to know, from the corporation's perspective, is this. As a corporation, should you be in advertising or not?

Mr. Manera: Our view is that the answer to that question is yes, but less than we are now. We feel a certain amount of advertising on television is not harmful. Actually, it is helpful, because it does provide an opportunity to establish linkages with the public.

Where we would draw the line is when advertising reaches the point where it becomes the driver; you have become a slave to advertising. I think we have passed that point on English television.

Mr. Ianno: Why not with radio? The same logic applies.

Mr. Manera: There are several reasons why not for radio. First of all, to look at it very pragmatically, we have a conditional licence from the CRTC that specifically forbids us to advertise on radio. The second point is that if we were to begin advertising on radio, we would drive more of the private radio broadcasters in Canada into bankruptcy, because the pie is not big enough to support that.

Mr. Ianno: Is the pie big enough with English television?

Mr. Manera: I think so. It has been a pie that has not grown as rapidly as we would have liked in past years. But there is room in English television for advertising on television, yes.

• 1005

Mr. Ianno: How do you derive the information statistics that you give? On one hand there is enough money available, which is the English, and not on the radio. How do you get that information?

Mr. Manera: Essentially, if you look, for example, at the radio situation in Quebec, last month we had several AM radio stations that went out of business, and they had to join forces with another organization. In fact, there is now in Quebec a very real problem in terms of the diversity of news sources on radio.

[*Translation*]

Mme Guarnieri: J'ai une autre question à vous poser. Selon vos documents, les émissions sportives représentent des dépenses d'environ 105 millions de dollars. Je suppose que la majeure partie de ces dépenses sont consacrées à des émissions commercialement viables, par exemple au hockey ou au base–ball professionnel. D'après vous, quelle est la part consacrée à la promotion, sur les ondes, de manifestations sportives canadiennes qui seraient autrement très peu diffusées?

M. Manera: Si vous voulez parler du sport amateur, c'est à peu près 20 millions de dollars. Ces activités ne nous rapportent pas de profits, et, si nous nous en occupons, c'est essentiellement parce qu'il s'agit d'un service public, ce qui fait partie de notre rôle. C'est là que débutent beaucoup de sportifs canadiens de talent, dans les rangs amateurs, dans les équipes–écoles, avant de passer aux équipes professionnelles. Nous considérons que c'est un élément absolument essentiel de notre rôle que d'encourager ce genre de développement.

M. Ianno (Trinity—Spadina): Ce que j'aimerais savoir, d'un point de vue commercial, c'est si vous devriez ou non présenter de la publicité.

M. Manera: Nous sommes d'avis que oui, mais moins qu'actuellement. Nous pensons qu'une certaine quantité de publicité à la télévision ne peut pas faire de tort. En fait, elle est même utile parce qu'elle nous permet d'établir des liens avec le public.

Mais elle ne l'est plus quand la publicité en est rendue à un point tel que c'est elle qui dirige tout et qu'on devient esclave de la publicité. Je pense que nous avons franchi ce point–là à la télévision anglaise.

M. Ianno: Pourquoi pas à la radio? Le même raisonnement s'applique pourtant.

M. Manera: Il y a plusieurs raisons pour lesquelles cela ne s'applique pas pour la radio. Premièrement, sur le plan tout à fait pragmatique, nous avons une licence conditionnelle du CRTC qui nous empêche expressément de présenter de la publicité à la radio. Le deuxième point, c'est que si nous commencions à le faire, nous acculerions à la faillite un plus grand nombre de stations de radio privées du Canada, parce que le gâteau n'est pas assez gros pour soutenir cela.

M. Ianno: Mais le gâteau est–il assez gros dans le cas de la télévision anglaise?

M. Manera: Je pense que oui. Il n'a pas grossi aussi rapidement que nous l'aurions voulu, ces dernières années. Mais il y a de la place pour la publicité à la télévision anglaise.

M. Ianno: D'où tirez–vous les statistiques que vous citez? D'un côté, il y a assez d'argent disponible, c'est–à–dire du côté anglais, mais pas à la radio. Comment obtenez–vous cette information?

M. Manera: En gros, si vous prenez par exemple la situation de la radio au Québec, nous avons assisté le mois dernier à la fermeture de plusieurs stations de radio AM, qui ont dû se joindre à une autre organisation. En fait, nous avons aujourd'hui au Québec un problème très sérieux en ce qui concerne la diversité des sources d'information à la radio.

[*Texte*]

All you have to do is look at the profit and loss balance sheets of the various radio stations in Canada and you can easily see that a lot of them are losing money, some of them $100 million. Some of them are very close to the edge, so I think the facts are very clear in that regard.

Mr. Ianno: With English television there are no bankruptcies and no hard times?

Mr. Manera: I think the private broadcasters will probably always claim bad times, but I don't think any of them are going into bankruptcy.

M. Plamondon (Richelieu): Avant de passer à mon intervention, je voudrais dire que, comme membre du Comité, même si je reconnais le droit à tous les membres de poser des questions et d'intervenir sur les sujets qu'ils veulent, je trouve inadmissible que notre Comité se transforme en comité de censure.

En ce sens, je suis d'accord sur votre réponse, monsieur le président. Je ne pense pas que le sénateur Hébert puisse dire que Téléfilm ne devrait pas financer le film *Octobre*, par exemple, ou que M. Dupuy dise au CRTC à qui donner des licences. Le Comité ne devrait pas dire ce qu'on doit censurer à Radio–Canada ou décider du choix des émissions à Radio–Canada. Je vous reconnais entièrement ce droit.

Cela dit, je reviens à l'argumentation de M^me^ Tremblay quant au partage et quant à vos décisions concernant le financement de Radio–Canada français et de Radio–Canada anglais.

Vous nous dites que vous vous êtes basés sur différentes proportions et que vous évitez le *per capita*. Cependant, vous parlez d'américanisation pour ce qui est du Canada anglais, mais vous oubliez de dire qu'il y a 30 p. 100 d'assimilation du côté du Canada français. Appelons–le comme cela. Je me fais le porte–parole canadien pendant 30 secondes. Si on veut conserver cette identité canadienne–française et cette identité canadienne–anglaise, il me semble qu'il est nécessaire de mettre autant d'argent d'un côté et de l'autre pour conserver ces deux identités.

Comment pouvez–vous accepter que le service des nouvelles de Radio–Canada français fonctionne à 7 160$ l'heure alors que CBC, en anglais, fonctionne à 18 340$ l'heure? Comment peut–on accepter cela quand on vit avec la même convention collective? Le réalisateur, les techniciens, etc. coûtent la même chose, et on en arrive à une différence de plus de la moitié. La nouvelle me semble être un des éléments importants pour conserver notre identité et pour faire connaître à l'ensemble du Canada les deux réalités, française et anglaise.

M. Manera: Monsieur le président, je suis très fier de notre service d'information français à la télévision et à la radio. Je constate que, durant l'année passée, on a fait beaucoup de progrès au *Téléjournal* et au *Point* pour ce qui est de refléter le Canada entier d'un bout à l'autre. Cela fait partie de notre mandat que de donner aux gens du Québec une fenêtre sur les gens de l'Ouest, et aux gens de l'Ouest une fenêtre sur le Québec. Quand je juge la qualité du produit, je ne le fais pas en regardant simplement le bilan des chiffres. Je le fais en regardant et en écoutant les émissions.

[*Traduction*]

Vous n'avez qu'à regarder les bilans des profits et pertes des différentes stations de radio du Canada et vous verrez facilement que beaucoup d'entre elles perdent de l'argent, parfois jusqu'à 100 millions de dollars. Certaines sont en position très précaire; donc, je pense que les faits sont très clairs à cet égard.

M. Ianno: Mais à la télévision anglaise, il n'y a pas de faillite, pas de problème?

M. Manera: Je suppose que les radiodiffuseurs vont probablement toujours prétendre que les temps sont durs, mais je ne pense pas qu'il y en ait qui fassent faillite.

Mr. Plamondon (Richelieu): Before making my own comments, I would like to say that, as a member of the committee, even if I recognize to all members the right to ask questions and to comment on any subject they want, I think it is unacceptable that a committee converts itself to a censorship committee.

In that sense, I agree with you answer, Mr. President. I don't think Senator Hébert can say that Telefilm should not fund the *Octobre* movie, for example, or that Mr. Dupuy should tell the CRTC who to give licences to. The committee should not tell the CBC what to censor or decide what programs it should show. It is a right I grant you entirely.

That being said, I would like to come back to what Madam Tremblay has said about sharing and about the decisions concerning the funding of the French and the English networks.

You are telling us that you have based those decisions on different proportions and that you avoid per capita numbers. You are talking about americanization in English Canada, but you forgot to say that there is a 30% assimilation in French Canada. Let's call it that way. Allow me to represent Canada for 30 seconds. If we want to keep that French–Canadian identity and that English–Canadian identity, I think it is necessary to give the same amount of money to both sides.

How can you accept that CBC's news service has to work with $7,160 an hour on the French side, whereas the English side receives $18,340 an hour? How can we agree to that when those two networks have to live with the same collective agreement? The directors, the technicians, cost the same thing and the difference is more than 50%. News seem to me to be important elements in maintaining our identity and reflecting both realities, the French and the English, across Canada.

Mr. Manera: Mr. Chairman, I am very proud of our French news service, both on television and on radio. There has been a lot of progress in the last year at the *Téléjournal* and the *Point* as far as reflecting the whole country, from one end to the other, is concerned. It is part of our mandate to show the people of Quebec what is going on in the West, and to Western people what Quebeckers are doing. When I assess the quality of our product, I don't look only at numbers. I also watch the programs.

[*Text*]

Dans l'Ouest du Canada, en Colombie–Britannique, en Alberta, en Saskatchewan et au Manitoba, sans la Société Radio–Canada et ses émissions *Ce Soir* pour les francophones de ces provinces, ces derniers n'auraient aucun lien avec leur culture et leur la langue. C'est la ligne de sauvetage qui leur permet de se brancher à cette culture et à cette langue.

Donc, il ne faut pas regarder et juger selon les chiffres. Les chiffres sont très complexes, Les comptables eux–mêmes sont parfois en désaccord entre eux. Il faut regarder le produit.

• 1010

En ce qui a trait au produit, je vous dis que je suis aussi fier de notre produit français que de notre produit anglais.

M. Plamondon: Ce n'est pas une question de fierté. Si les chiffres n'ont pas d'importance, je vous suggère quelque chose: pour l'année prochaine, essayez donc d'arriver à des chiffres égaux. On va peut–être avoir de très belles surprises. Vous serez peut–être aussi fier des réalisations qui vont se faire.

Monsieur le président, je pense qu'on ne s'entendra jamais sur cette répartition, mais nous revendiquerons toujours le droit d'obtenir l'égalité de fonds pour produire nos émissions.

Je reviens au document que vous avez déposé aujourd'hui. J'adhère à ce que vous dites aux pages 10 et 11, où vous nous faites part de votre vision de la télévision publique.

Je suis d'accord avec vous sur la nécessité de canadianiser. Je suis d'accord avec vous que vos exigences doivent être en fonction du citoyen canadien, et non de celles du consommateur de services médiatiques.

Je suis d'accord avec vous lorsque vous parlez de maintenir le service de la Société et d'atteindre 95 p. 100 de contenu canadien aux heures de grande écoute et 80 p. 100 dans l'ensemble.

Je suis d'accord lorsque vous parlez de financement pluriennal. À trois reprises, dans votre document, vous y faites allusion. Sur la quesion du financement pluriennal, vous dites ceci:

Cet engagement est un élément essentiel. . .

engagement que vous voudriez recevoir du gouvernement,

. . .de notre stratégie financière. Nous ne pourrons pas apporter les mesures d'économie que nous avons prévues si le financement global de la Société Radio–Canada est encore une fois remis en question. La stabilité est cruciale pour la réussite de la stratégie. Nous ne pouvons faire plus sans éliminer des services, et nous ne pouvons éliminer des services sans contrevenir à la Loi sur la radiodiffusion.

Ce dernier élément est important.

Et vous avez écrit dans le journal *La Presse* un texte fort intéressant qui s'intitule: «La Société Radio–Canada ne peut pas toujours fonctionner en état de crise».

Vous êtes là depuis février, et je suppose que cette vision que vous avez de Radio–Canada, vous ne venez pas de la découvrir ou de la sentir. Avant d'accepter le poste, vous deviez déjà avoir cette vision de Radio–Canada.

Lorsque vous avez accepté le poste, aviez–vous l'engagement solennel du gouvernement de respecter ce financement de façon stable sur une période de temps, c'est–à–dire pour cinq ans à partir du budget de 1994–1995? Aviez–vous cet engagement avant de vous embarquer avec une vision semblable de Radio–Canada?

[*Translation*]

In Western Canada, in British Columbia, in Alberta, in Saskatchewan and in Manitoba, the French–speaking people would have no link with their own culture and their own language if La Société Radio–Canada and its *Ce soir* programs weren't there. It is the lifeline which allows them to connect with that culture and that language.

Therefore, we should not look only at numbers and judge by those numbers. We are extremely complex, and accountants themselves don't always agree on them. We have to look at the product.

As far as that product is concerned, I can tell you that I am as proud of our French product as of our English product.

Mr. Plamondon: It is not a matter of pride. If the numbers are not important, can I suggest you to try and equalize those numbers for next year. We might have very nice surprises. And you could be as proud of what would be done then.

Mr. Chairman, there probably never will be an agreement on that distribution, but we will always claim the right to get equal funds to produce our programs.

Let me go back to the document you have presented us today. I agree with what you are saying on pages 9 and 10, where you are telling us how you envision public television.

I agree with the need to become more Canadian. I also agree with the fact that your standards must be established for Canadians as citizens and not as media services consumers.

I also agree with what you are saying about maintaining the level of service offered by the Corporation and reaching a 95% Canadian content in prime time and 80% on the whole.

And I agree with you when you are talking about multi–annual financing, which you are mentioning three times in your document. About that issue of the multi–annual financing, you are saying:

This commitment is an essential part. . .

the commitment you would like to get from government,

. . .of our financial strategy. We cannot make the cost saving reductions that we have planned if the whole financing of the CBC comes into question again. Stability is critical to success. We cannot do more without cutting services–and we cannot cut services without being in violation of the Broadcasting Act.

That last point is important.

You also wrote for *La Presse* newspaper a very interesting article whose title says that the CBC cannot always work in a state of crisis.

You have been there since February, and I guess that you haven't just discovered or felt that vision about the CBC. Before taking that position, you must have already had that vision.

When you took the position, did you have a solemn commitment from the government to maintain that financing on a stable basis for a certain period, which is for five years starting with the 1994–95 budget? Did you have a commitment of that sort, before taking the plunge, with such a vision of the CBC?

[*Texte*]

M. Manera: Monsieur le président, la réponse est oui.

M. Plamondon: J'ai une petite question complémentaire.

Vous venez de me dire que oui, vous aviez cet engagement-là. Aujourd'hui, dans le document, aux pages 54 et 55, vous nous dites que vous avez réfléchi à une stratégie de coupures de 5 p. 100 et à une stratégie de coupures de 8 p. 100 ayant des conséquences dramatiques.

Qui vous a demandé d'établir ce scénarios-là? Selon votre vision, vous deviez avoir une stabilité de revenu pendant cinq ans, et maintenant, vous faites un scénario de 5 p. 100 et un scénario de 8 p. 100. Qui vous a demandé de faire ces prévisions? Dites-moi rapidement quelles seraient les graves conséquences de telles coupures pour la survie même de Radio-Canada.

M. Manera: Monsieur le président, l'exercice que nous avons fait a été demandé à toutes les agences du gouvernement.

M. Plamondon: À la demande du gouvernement?

M. Manera: À la demande du gouvernement. Une revue des programmes est en train de se faire. Nous avons soumis des formulaires, etc. Nous avons répondu aux questions. Ce n'est pas un plan. Il faut que je dise très clairement que ce n'est pas un plan de Radio-Canada. Ce sont strictement des réponses à des questions hypothétiques: Si on avait des coupures de 5 p. 100 ou de 8 p. 100, quelles seraient les options? Nous avons répondu: Les options sont les suivantes. À mon avis, il s'agit d'options désastreuses, mais ce n'est pas un plan. Ce n'est pas quelque chose qui est préconisé par le conseil d'administration de la Société ni par sa direction. Donc, on s'attend à ce que le gouvernement fasse ses études et prenne ses décisions.

[*Traduction*]

Mr. Manera: Mr. Chairman, the answer is yes.

Mr. Plamondon: One small follow-up question.

You just said that you had that commitment. But on pages 45 and 46 of the document, you are telling us today that you have thought about a 5% cut strategy and an 8% cut strategy, which would have dramatic consequences.

Who asked you to establish those scenarios? According to your vision, you were supposed to have stable revenues for five years, and now you are thinking about 5% and 8% cuts. Who asked you to establish those forecasts? Can you tell me briefly about the serious consequences those cuts would have on the survival of the CBC itself?

Mr. Manera: Mr. Chairman, that exercise was asked from all government agencies.

Mr. Plamondon: It was done at the government's request?

Mr. Manera: At the government's request. There is a program review going on. We have submitted forms, etc. We have answered questions. This is not a plan. I have to say very clearly that it is not a CBC plan. Those are strictly answers to rhetorical questions: If there were 5% or 8% cuts, what would the options be? We have answered that the options would be such and such. In my own opinion, those are disastrous options, but it is not a plan. It is not something proposed by the Corporation's board of directors or by its administrators. So we are expecting the government to study those options and to make its own decisions.

• 1015

Mr. McKinnon (Brandon—Souris): Good morning, Mr. Manera. I've noted a number of familiar faces at your end of the table and I think we're getting a clearer and clearer position as members of this committee that your assessment is similar to our assessment, in that net subsidies are at risk from government operations.

I have to be very honest with you that I fear for a lot of our institutions that we have taken for granted over the years. I come from the west—some of us do on this committee—and grain transportation, as an example, is going to face a lot of changes in the next decade.

I'm wondering, when we get 500 channels in the universe, whether or not what we are discussing is really relevant. The old thumb on the clicker, if you will, will that make a significant difference to Canadiana, Canadian culture, with or without a CBC conducting business in a traditional manner or a changed manner? I have another question later on to follow up.

Mr. Manera: Thank you. I am delighted to address that question, because certainly one of the mandates of the committee is to look at this whole question of a multi-channel universe.

I think you have to understand the timeframe. There is no question that technology is moving very rapidly and that the day will come when in fact we will have, who knows whether it's going to be 200 or 500, but certainly there will be no shortage of

M. McKinnon (Brandon—Souris): Bonjour, monsieur Manera. J'ai remarqué un certain nombre de visages familiers à votre bout de la table; je pense qu'il est de plus en plus clair pour les membres du Comité que votre évaluation de la situation est la même que la nôtre, en ce sens que les opérations gouvernementales menacent les subventions nettes.

Je dois être très honnête avec vous et vous dire que je suis inquiet pour bon nombre des institutions que nous tenons pour acquises depuis des années. Je viens de l'Ouest, comme d'autres membres du Comité, et le transport du grain par exemple va subir de nombreux changements au cours des dix prochaines années.

Puisqu'il y aura un jour 500 canaux dans l'univers, je me demande si ce dont nous discutons ici est vraiment pertinent. Si nous pouvons changer constamment de chaîne, est-ce que cela fera vraiment une différence pour l'identité canadienne, pour la culture canadienne, que Radio-Canada fonctionne de façon traditionnelle ou de façon nouvelle? J'ai aussi une autre question à vous poser plus tard sur le même sujet.

M. Manera: Merci. Je suis très heureux que vous me posiez cette question, car le Comité a notamment pour mandat d'examiner toute cette question de l'univers multichaîne.

Il faut bien comprendre combien de temps cela prendra. Il ne fait aucun doute que la technologie évolue très vite et qu'un jour viendra où nous aurons effectivement 200 ou 500 chaînes—personne ne le sait exactement—mais nous ne manquerons

[*Text*]

what I call pipes. But as I said on many occasions, people don't watch pipes, they watch programs. It's fine to have the capacity to offer programs, but unless you have the programs to put on the air—somebody has to produce them—then that is all for naught.

We are of the view that it will be at least four or five years before we get to the point where the techology allows such a wide distribution as is suggested by the 400 or 500 channels. For the foreseeable future, which is the timeframe of this plan, the next four years, we are still going to be dependent on conventional distribution. Now, it will evolve and there will be some improvements. For example, as of today, the number of cable households in Canada that are connected is not 100%. About 25% of all households, which is five to six million people, don't get cable. So even if we wanted to move towards more specialized channels, we would be disenfranchising six or seven million Canadians who are dependent on over–the–air service. So we can't just shut down our transmitters.

Five years from now, six years from now there will be other options available. Telephone companies are going to pipe fibre optics into your home. There will be direct broadcast by satellites to the point where we can perhaps be more revolutionary in how we distribute our signal. We're on top of all those technologies, and as they mature we'll be right in it. But we can't, as of today, disenfranchise six, seven, eight million Canadians who simply don't have access to all these new technologies just yet. We're still very much an over–the–air transmission.

Mr. McKinnon: I have a supplementary, Mr. Chairman.

• 1020

I see a dichotomy in approach if you are talking simultaneously on the one hand about achieving some net cuts in your operation but at the same time reaching out for fewer advertising dollars to the commercial component of Canada. Are you wanting to do that at the same time, or do one and then follow up with another?

Mr. Manera: This is a four–year plan. The great advantage of the government having told us what our funding would be over a four–year period is that for the first time in CBC history we were no longer planning one year at at time, one crisis to another, saying where are we going to be four years from now, and then backing off from that. That's the big plus. That's why we're able to look at more radical options now than we were able to look at before.

We haven't worked out yet how we would actually implement that each year. A lot depends on these new sources of revenue that this committee hopefully will identify, because the reduction in advertising is inextricably linked to alternate sources of revenue, one dollar for one dollar. Until that happens we can't reduce advertising because we would have less money available. They're linked to each other.

[*Translation*]

certainement pas de ce que j'appelle la tuyauterie. Mais comme je l'ai dit à bien des reprises, les gens ne regardent pas des tuyaux, ils regardent des émissions. C'est bien beau d'avoir la capacité d'offrir des émissions, mais tant que l'on en n'a pas à diffuser—et quelqu'un doit les produire—cela ne sert à rien.

À notre avis, il faudra au moins quatre ou cinq ans avant d'en arriver au point où la technologie permettra une distribution aussi vaste par ces 400 ou 500 chaînes. Mais dans l'avenir prévisible, sur lequel porte ce plan, c'est–à–dire pour les quatre prochaines années, nous allons encore devoir compter sur la distribution conventionnelle. Bien sûr, les choses vont évoluer, il y aura des améliorations. Par exemple, à l'heure actuelle, les ménages canadiens ne sont pas tous desservis par le câble. Il y en a environ 25 p. 100, ce qui représente cinq à six millions de personnes, qui ne l'ont pas. Donc, même si nous voulons nous orienter vers des chaînes plus spécialisées, nous priverions six ou sept millions de Canadiens qui dépendent du service en direct. Donc, nous ne pouvons pas tout simplement fermer nos émetteurs.

Dans cinq ou six ans, il y aura d'autres options possibles. Les compagnies de téléphone vont installer des fibres optiques chez vous. Il y aura des services de radiodiffusion en direct par satellite, et à ce moment–là nous pourrons songer à des moyens plus révolutionnaires pour distribuer notre signal. Nous maîtrisons toutes ces technologies, et au fur et à mesure qu'elles évolueront, nous serons tout à fait en mesure de les appliquer. Mais pour le moment, nous ne pouvons pas priver de services six, sept ou huit millions de Canadiens tout simplement parce qu'ils n'ont pas encore accès à toutes ces nouvelles technologies. Donc, nous sommes encore obligés de transmettre en direct.

M. McKinnon: J'ai une question supplémentaire à poser, monsieur le président.

Je vois une certaine contradiction dans le fait que vous parlez en même temps d'une diminution nette de votre budget de fonctionnement, d'une part, et d'une diminution de vos recettes provenant de la publicité présentée par les entreprises commerciales du Canada, d'autre part. Voulez–vous faire les deux choses à la fois ou l'une après l'autre?

M. Manera: Ce plan s'échelonne sur quatre ans. Le grand avantage, dans le fait que le gouvernement nous a dit quel financement il nous accorderait pendant cette période de quatre ans, c'est que pour la première fois dans l'histoire de Radio–Canada, nous ne planifions plus une année à la fois, d'une crise à l'autre, en nous demandant où nous allons être dans quatre ans et en devant ensuite revenir sur nos décisions. C'est le grand avantage. C'est la raison pour laquelle nous pouvons envisager des options plus radicales qu'avant.

Nous n'avons pas encore déterminé ce que nous ferons exactement chaque année. Cela dépend beaucoup des nouvelles sources de revenus que votre comité pourra nous trouver, nous l'espérons, parce que la réduction de la publicité est inévitablement liée aux autres sources de revenus dollar pour dollar. Tant que cela ne se produira pas, nous ne pourrons pas réduire notre publicité parce que nous aurions alors moins d'argent disponible. Ces deux aspects sont liés.

[*Texte*]

Ms Guarnieri: I have a quick supplementary question to the one I posed earlier on sports. You also devote a fair amount of time to aboriginal culture, the performing arts, as we saw in the video. Would you say that a lot of the functions of the CBC complement the branches of Canadian heritage of our ministry?

Mr. Manera: Absolutely. We try to complement and to reinforce. For example, the aboriginal side, our service to the north, which no private broadcaster is itching to take away from us, has a price tag associated with it of $27 million. That's a lifeline for those people who otherwise would have very, very little to inform them to link them to the rest of the country. There are simply no alternatives. That's the sort of thing a public broadcaster is supposed to do. And we're very proud of that.

I think, Mr. Chairman, looking at all the things that the Ministry of Canadian Heritage is trying to do, the CBC performs a complementary role, a supportive role, in tying in some of the other initiatives to provide Canadians with a quality of life and opportunities to experience their cultural diversity that I think are right at the soul of what this country is all about.

The Chair: Thank you very much.

With the permission of the Reform Party I am going to pass now to Mr. de Jong, who is an associate member, because he has another obligation shortly. Five minutes, Mr. de Jong.

Mr. de Jong (Regina—Qu'Appelle): Yes, I do, and thank you very much. I have to see my dentist in a few minutes and I appreciate the opportunity to pose my questions.

First of all, I wish to go on record by saying I don't think it's the function of this committee in any way to act as a censor, to criticize or suggest what should or should not, in terms of particular programs, be on our public broadcasting system. It is interesting to me to note that a program like that could appear on private broadcasting at any time and nobody would raise a voice about it, but some do when it appears on the public broadcasting system. They use it as an argument against public broadcasting, which is a hard piece of logic for me to follow.

We are trying to figure out what role a public broadcaster can play. You're caught in all sorts of contradictory situations. On the one hand you're a public broadcaster, yet on the other hand you're expected to act in a commercial way. We've had briefs, even from the Canadian Conference of the Arts, that suggest you should become more entrepreneurial smart. Yet when you do that and you become too smart, you get criticized.

Let's just briefly deal with professional sports. In your article in *The Globe and Mail* you suggested you needed the revenue from professional sports to subsidize amateur sports. Yet the revenue you get from sports altogether wasn't all that much it seems, about $1 million and some.

[*Traduction*]

Mme Guarnieri: Je voudrais poser une brève question complémentaire à celle que j'ai déjà posé tout à l'heure au sujet des sports. Vous consacrez également pas mal de temps à la culture autochtone et aux arts de la scène, comme nous l'avons vu dans le vidéo. Diriez–vous que bon nombre des fonctions de Radio–Canada complètent les activités de nos ministères dans le domaine du patrimoine canadien?

M. Manera: Absolument. Nous essayons de les compléter et de les renforcer. Par exemple, en ce qui concerne les autochtones, notre service dans le Nord, qu'aucun diffiseur privé ne tient à nous enlever, coûte 27 millions de dollars. Mais c'est un lien essentiel pour les gens de là–bas, qui recevraient très peu d'informations qui les lient au reste du pays. Il n'y a tout simplement pas d'autre solution. C'est le genre de chose qu'un diffuseur public est censé faire. Et nous en sommes très fiers.

Monsieur le président, quand on regarde tout ce que le ministère du Patrimoine canadien essaie de faire, je pense qu'on peut dire que la SRC joue un rôle complémentaire, un rôle de soutien, en ajoutant certaines initiatives qui visent à donner aux Canadiens une meilleure qualité de vie et à leur permettre de faire l'expérience de leurs diversités culturelles, ce qui est à mon avis l'âme même de notre pays.

Le président: Merci beaucoup.

Avec la permission des membres du Parti réformiste, je vais maintenant donner la parole à M. de Jong, qui est une membre associé, parce qu'il a un autre engagement tout à l'heure. Vous avez cinq minutes, monsieur de Jong.

M. de Jong (Régina—Qu'Appelle): Oui, en effet, et je vous remercie beaucoup. Je dois aller voir mon dentiste dans quelques minutes et je suis content d'avoir la possibilité de poser mes questions.

Premièrement, je tiens à dire publiquement qu'à mon avis, ce comité n'a absolument pas pour fonction de faire de la censure, de critiquer ou de suggérer les émissions que notre réseau public de radiodiffusion devrait ou ne devrait pas présenter. Je trouve intéressant de souligner qu'une émission comme celle–là pourrait être diffusée sur une chaîne privée sans que personne n'y trouve à redire, mais qu'elle soulève des objections quand c'est le diffuseur public qui la présente. Et les gens qui s'y opposent en font un argument contre la radiodiffusion publique, ce qui me semble assez peu logique.

Nous essayons de déterminer le rôle qu'un diffuseur public pourrait jouer et nous devons nous y retrouver parmi toutes sortes de situations contradictoires. D'un côté, vous êtes un radiodiffuseur public, mais de l'autre côté, vous devez vous comporter comme une entreprise commerciale. Nous avons reçu des mémoires, même de la Conférence canadienne des Arts, selon lesquels vous devriez faire preuve de plus d'esprit d'entreprise. Et pourtant, quand vous le faites et que vous poussez trop loin cet esprit d'entreprise, vous vous faites critiquer.

J'aimerais que nous discutions brièvement de la question des sports professionnels. Dans votre article publié dans le *Globe and Mail*, vous dites que vous avez besoin des revenus provenant des sports professionnels pour subventionner les sports amateurs. Pourtant, les revenus que vous tirez des émissions sportives en général ne sont pas tellement élevés, semble–t–il, puisqu'ils s'établissent autour d'un million de dollars.

[*Text*]

Is it fair to say that really part of the reason why you want professional sports, why you want to have some programs that attract mass audiences, is to justify public broadcasting? Because if you were dealing just with a specialized audience, if you weren't able on a few occasions to appeal to a mass audience, then people such as my colleague from the Reform Party would be criticizing you and saying that you are catering to a small sector of the population. So in terms of your own sense of credibility with some people in the political field, you need to be able to attract large audiences in order to justify public funding to public broadcasting. Is that not so?

• 1025

Mr. Manera: Institutions such as the CBC should not be self–perpetuating and should not do things in order to justify their existence.

I believe that professional sports have a place on the CBC, because certainly when you look at hockey and football, they are part of our culture and they appeal to a very large cross–section of the Canadian population and they provide an opportunity for shared experiences on something that has the potential of uniting us in a common purpose. The fact of the matter is that they also make money for us, on the professional side.

A lot has been made in the press of the fact that a $1.9 million profit is not an awful lot. I beg to disagree. We can do a lot with $1.9 million. But let's put a few things on the record. That $1.9 million is the net, net, net profit after full cost allocation, overhead, a part of my salary, everything. So a lot of indirect costs are lumped in there that would still occur if we did not have professional sports. So the real contribution to the cash position of the corporation is far greater than that $1.9 million. It is more like $14 million or $15 million. That has to be understood.

The second point is that the people who enjoy sports also pay taxes and they have a right to have programs that appeal to them. That is why the legislation says that the programming should be wide–ranging. So if you don't like sports, that's fine. You don't watch hockey, but you'll find something else at some point during the week. If it weren't for this wide–ranging programming, we would not have 16 million people watching English television an average of 3.8 hours per week.

We see that as being very much a part of our mandate. The fact that it makes money is great, but it is not the primary reason for doing it.

Mr. de Jong: I want to get into a completely different area, and I am going to throw you a whole bunch of questions in one question.

The Chair: Make it quick.

Mr. de Jong: On the whole relationship between the CBC and Power Broadcasting Inc., in part you have invested in $1.3 million in a joint venture called "Northwest Programming". Was it the CBC that invested $1.3 million, or was this shared with Power Broadcasting?

[*Translation*]

Est–ce qu'on peut dire que si vous voulez présenter des sports professionnels, si vous voulez diffuser des émissions qui attirent un vaste auditoire, c'est en partie pour justifier l'existence d'un réseau public de radiodiffusion? Parce que si vous vous adressiez à un public spécialisé, si vous ne pouviez, à certaines occasions, attirer un vaste public, des gens comme mon collègue du Parti réformiste vous critiqueraient et diraient que vous servez un petit segment de la population. Pour ce qui est de votre crédibilité auprès de certaines personnes du milieu politique, vous devez pouvoir attirer des publics importants pour justifier le financement public de la diffusion publique. N'en est–il pas ainsi?

M. Manera: Des organismes comme Radio–Canada ne devraient pas chercher à se perpétuer et ne devraient pas faire certaines choses pour justifier leur existence.

J'estime que les sports professionnels ont une place à Radio–Canada, car il est clair que si vous prenez le hockey ou le football, ils font partie de notre culture et ils attirent un très large échantillon représentatif de la population canadienne, tout en permettant au public de vivre en commun des expériences susceptibles de nous unir pour viser un objectif commun. Il se trouve que ces émissions nous rapportent aussi de l'argent, sur le plan professionnel.

On a beaucoup dit dans la presse que 1,9 million de dollars de bénéfices ce n'était pas beaucoup. Je m'inscris en faux contre une telle déclaration. Nous pouvons faire beaucoup avec 1,9 million de dollars. Mais il faut préciser certaines choses. Ce chiffre de 1,9 million de dollars représente les bénéfices nets et rien d'autre, après déduction du coût de revient complet, des frais généraux, d'une partie de mon salaire, de tout. Une grande partie des coûts indirects que l'on aurait tout de même sans sport professionnel sont donc compris là–dedans. Leur apport financier à la société est donc bien supérieur à ce 1,9 million de dollars. Il serait plutôt de l'ordre de 14 ou 15 millions de dollars. Il faut bien comprendre cela.

Je dirais deuxièmement que ceux qui aiment le sport paient également des impôts et qu'ils ont le droit d'avoir des émissions qui leur plaisent. C'est pourquoi la Loi précise que la programmation devrait être très variée. Si vous n'aimez pas le sport, c'est bien. Vous ne suivez pas le hockey, mais vous trouverez quelque chose d'autre qui vous conviendra à un autre moment de la semaine. Si nous n'avions pas une programmation aussi variée, nous n'aurions pas 16 millions de téléspectateurs qui regardent la télévision anglaise en moyenne 3,8 heures par semaine.

Pour nous, cela fait vraiment partie de notre mandat. Le fait que cela rapporte de l'argent est une bonne chose, mais ce n'est pas ce qui nous motive avant tout.

M. de Jong: J'aimerais aborder un domaine tout à fait différent et je vais vous poser toute une série de questions en une seule.

Le président: Soyez bref.

M. de Jong: Pour ce qui est des rapports entre Radio–Canada et Diffusion Power Inc., vous avez en partie investi 1,3 million de dollars dans une entreprise conjointe qui s'appelle «Northwest Programming». Est–ce Radio–Canada toute seule qui a investi 1,3 million de dollars ou est–ce que Diffusion Power Inc. a également participé à cet investissement?

[*Texte*]

The aim is to market CBC programming into the United States, yet in your brief I notice that there is no real financial gain to the public in that making programs for American audiences is not the role of the CBC or Telefilm. Is there a bit of a contradiction here?

As my third question, I believe you are on the board, and the former president, Mr. Veilleux, who was appointed to the joint board in I believe November. He continued on until February. He claims that he will stay off that board, having nothing directly to do with Power Broadcasting, and with I believe it is called Trio now, for six months, but he starts counting the six months in November, not in February, which was the month in which he really resigned as the CBC representative on the board. There is some question about the ethics of this, and I wish you would comment on that as well.

The Chair: If you could pull all of that together in a 30-second response...

Mr. Manera: It is hard to do justice to all of these questions quickly, except to say that, based on everything I know, my predecessor, Mr. Veilleux, has always conducted himself in the most rigorous and ethical fashion. Although I will not comment on his specific arrangements, he has always been above board and I'm sure that's still the case.

• 1030

With regard to the apparent contradiction in mandate, what we were talking about in this plan is that there are programs that can be manufactured in Canada and exported, almost as an industrial product, as you would manufacture shoes, which are catering essentially to a foreign market. To the extent there are Canadian film producers that do that, more power to them, but when you do that for an industrial objective, the content of the program is obviously skewed to the market. In the case of the CBC, the content of our programs is supposed to reflect the Canadian reality. If at the same time we can sell it abroad, then great, but that's not the primary objective.

Now these two new services we have launched to the U.S.—one called Trio and the other called Newsworld—basically will feature the same kind of programs the CBC and other broadcasters produce—because it's not just CBC product, it's the product that other broadcasters normally produce. This simply gives it a second window, another opportunity, and we think Americans will love, for example, being exposed to news and current affairs from a perspective other than the CNN perspective.

We think there is an appetite in the U.S. for something different, for something that is Canadian, and we'll see how it works. But we are not putting on those satellites programming of the first kind—in other words, programming that is skewed to the American market. We are putting on our own Canadian product, and we think it will sell.

The Chair: Thank you very much.

[*Traduction*]

L'objectif de cette entreprise est de commercialiser des émissions de Radio-Canada aux États-Unis, or je constate dans votre mémoire qu'il n'y a pas vraiment d'avantage financier pour le public dans la mesure où le rôle de Radio-Canada ou de Téléfilm n'est pas de faire des émissions pour le public américain. N'y a-t-il pas là contradiction?

Troisièmement, je crois que vous faites partie du conseil d'administration et que l'ancien président, M. Veilleux, a été nommé au conseil d'administration commun en novembre je crois. Il a continué jusqu'en février. Il prétend qu'il restera en-dehors de ce conseil, n'ayant pas directement affaire avec Diffusion Power Inc., ni d'ailleurs avec ce que l'on appelle maintenant je crois Trio, pendant six mois, mais que ces six mois commenceront à courir en novembre, et non en février, mois où il a effectivement présenté sa démission en tant que représentant de Radio-Canada au conseil. Je crois qu'il y a là un problème de déontologie et j'aimerais savoir ce que vous en pensez.

Le président: Si vous pouviez répondre à tout cela en 30 secondes...

M. Manera: Il est difficile de rendre justice à toutes ces questions rapidement, mais je dois tout de même préciser, d'après tout ce que je sais, que mon prédécesseur, M. Veilleux, s'est toujours comporté de façon très rigoureuse et morale. Bien que je ne connaisse pas ses arrangements particuliers, je dois dire qu'il est toujours resté en-dehors du conseil et je pense que c'est toujours le cas.

Pour ce qui est de la contradiction apparente dans le mandat, ce que l'on voit avec ce plan, c'est qu'il y a des émissions qui devraient être fabriquées au Canada et ensuite exportées, pratiquement comme un produit industriel, comme si vous fabriquiez des chaussures dont la destination serait essentiellement un marché étranger. Dans la mesure où il y a des producteurs cinématographiques canadiens qui le font, tant mieux pour eux, mais lorsqu'on le fait dans un but industriel, la teneur de l'émission est fatalement adaptée au marché. Dans le cas de Radio-Canada, la teneur de nos émissions est censée refléter la réalité canadienne. Si nous parvenons en même temps à les vendre à l'étranger, c'est bien, mais ce n'est pas notre objectif premier.

Les deux nouveaux services que nous avons lancés à destination des États-Unis—l'un s'appelle Trio et l'autre Newsworld—offriront en gros les mêmes émissions que Radio-Canada et d'autres diffuseurs produisent—parce que ce n'est pas un produit propre à Radio-Canada, c'est un produit que d'autres diffuseurs réalisent normalement. Cela nous donne simplement une autre ouverture, une autre possibilité, et nous pensons que les Américains aimeront par exemple voir les nouvelles et l'actualité sous un angle différent de celui de CNN.

Nous pensons que le public américain a envie de quelque chose de différent, de quelque chose de canadien, et nous allons voir ce que cela donnera. Mais nous ne faisons pas des programmes télévisés par satellite du premier type—c'est-à-dire une programmation qui soit adaptée au marché américain. Nous mettons au point notre propre produit canadien et nous espérons qu'il se vendra.

Le président: Merci beaucoup.

[*Text*]

Mr. de Jong: You're hoping to make some money on it.

Mr. Manera: Absolutely.

Mr. de Jong: You see, in here you say you don't.

The Chair: I see Mr. Peric. We'll get back to Mrs. Brown after that and we'll just keep alternating.

Mr. Peric (Cambridge): Thank you, Mr. Chairman.

Good morning, Mr. Manera, and thank you for an excellent presentation.

I am a little bit concerned regarding programs that we saw before. I don't appreciate CBC spending two hours on pornos, definitely not. I fully support your position and your presentation. At the same time, I'm wondering why you have to broadcast BBC World Service. Don't you have enough of your own programs? Since you do have excellent news and news teams, what's the reason for broadcasting BBC?

Mr. Manera: If I may, Mr. Chairman, I will ask Mr. Jim Byrd, our vice–president of English television, to answer that question.

Mr. Jim Byrd (Vice–President, English Television Network, Canadian Broadcasting Corporation): I wasn't around when the BBC World Service started on our Newsworld network, but my understanding of the rationale for it is it's meant to bring to the Canadian television screens another view of the world, another perspective on how events happening in the world are reported. I think it's played now only four times per day, and that's considerably down from where it was.

We are always looking at that relationship with the BBC, and it comes with, you should know, some other benefits involving our alliances with the BBC, in terms of access to their footage. We also have a transponder that we use to ship material back and forth across the ocean. So it's all wound up in a much bigger deal than simply the BBC service itself. But it is down from where it was in the schedule, and it's something we're always looking at.

Mr. Peric: At the same time, if you compare BBC and CBC news, what's the difference? I don't see much difference.

Mr. Manera: Perhaps I can shed some light on it. We are developing a number of strategic alliances with other broadcasters around the world. I think it's sometimes of interest to audiences in different countries to obtain an exposure to how the news is treated by another country. What interests Canadians may not always be the same as what interests British, and getting that perspective, that point of view from time to time—it doesn't occupy a large part of the schedule—is of interest.

[*Translation*]

M. de Jong: Vous espérez pouvoir en tirer un peu d'argent.

M. Manera: Certainement.

M. de Jong: Vous voyez, ici vous dites que ce n'est pas ce que vous espérez.

Le président: M. Peric demande à prendre la parole. Nous reviendrons ensuite à M^me^ Brown et nous continuerons à alterner.

M. Peric (Cambridge): Merci, monsieur le président.

Bonjour, monsieur Manera, et merci pour cet excellent exposé.

Je suis un peu inquiet pour certains programmes que nous avons déjà vus. Je n'aime pas que Radio–Canada consacre deux heures à la pornographie, absolument pas. Je suis tout à fait d'accord avec votre prise de position et avec vos déclarations. Mais je me demande aussi pourquoi vous devez transmettre BBC World Service. Ne produisez–vous pas suffisamment d'émissions? Et quand on dit que vos informations et vos équipes pour les téléjournaux sont excellents, pourquoi diffuser la BBC?

M. Manera: Si vous me le permettez, monsieur le président, je demanderais à M. Jim Byrd, notre vice–président du Réseau de télévision anglaise, de répondre à cette question.

M. Jim Byrd (vice–président, Réseau anglais de télévision, Société Radio–Canada): Je ne faisais pas encore partie de l'organisation lorsque le BBC World Service a commencé à être diffusé sur notre réseau Newsworld, mais cette décision a été prise dans le but de montrer sur les écrans de télévision canadiens une autre optique du monde, une autre façon de rendre compte des événements qui se passent dans le monde. Je crois qu'on ne transmet ces nouvelles que quatre fois par jour maintenant et c'est déjà beaucoup moins que cela n'a été le cas.

Nous examinons constamment nos relations avec la BBC, et cela vient avec d'autres avantages qui comprennent nos alliances avec la BBC pour avoir accès à ses reportages filmés, il faut que vous le sachiez. Nous avons également un transpondeur que nous utilisons pour transmettre des documents outre–océan dans les deux sens. Cela fait donc partie d'une entente beaucoup plus générale que le simple service de la BBC. Mais il y a déjà eu une réduction pour ce qui est des horaires de transmission, et c'est une question que nous étudions en permanence.

M. Peric: Maintenant si vous comparez les nouvelles de la BBC et celles de Radio–Canada, quelle est la différence? Moi je n'en vois guère?

M. Manera: Peut–être puis–je vous donner des précisions. Nous sommes en train de constituer diverses alliances stratégiques avec d'autres diffuseurs du monde. Je crois que c'est quelque chose qui intéresse les publics des différents pays que de voir comment les nouvelles sont traitées ailleurs. Les Canadiens ne sont pas toujours intéressés par les mêmes choses que les Britanniques, et le fait d'avoir cette optique, ce point de vue différent de temps à autre—cela n'occupe pas une grande partie des horaires de transmission—est intéressant.

[*Texte*] [*Traduction*]

• 1035

We have similar alliances with the Australians. We are developing similar alliances with the Japanese, the Chinese. From time to time in the future you may very well see some newscasts from China, for example, or from Japan, but translated. I think it is of interest to Canadians to see what the Japanese think is important. What kind of angle do they play up?

This is not a major part of our programming, but from time to time it adds a bit of spice, if you will, or a bit of additional interest. Then, of course, people in those countries are exposed to our own Canadian view. So I think it has the potential to build better understanding between peoples.

The Chair: A little supplementary here.

Il s'agit du réseau français. Avez-vous recours services des canaux français, par exemple?

Mme Michèle Fortin (vice-présidente, Télévision française, Société Radio-Canada): Oui, on utilise au *Téléjournal* et dans les émissions d'information des éléments qui viennent des télévisions françaises. Nous sommes en train de négocier de la même façon que *Newsworld* des ententes avec les télévisions françaises pour diffuser des téléjournaux français et avoir accès à leur matériel et pour qu'elles aient accès aux nôtres à peu près de la même façon.

Le président: Vous négociez aussi avec d'autres pays comme la Belgique, n'est-ce pas?

Mme Fortin: Oui, avec les pays d'expression française: la Suisse, la Belgique, le Luxembourg et la France.

M. Manera: J'aimerais ajouter qu'à la radio française, par l'entremise de notre vice-président à la radio française qui est très actif dans le domaine international, nous avons des ententes avec la Suisse et la France qui nous permettent de faire des échanges très intéressants. Avec votre permission, monsieur Pépin pourrait ajouter quelques précisions là-dessus.

M. Marcel Pépin (vice-président, Radio française, Société Radio-Canada): Dans le cadre de la Communauté des radios publiques de langue française, qui regroupe les radios publiques des pays francophones d'Europe, à savoir la France, la Suisse et la Belgique, et Radio-Canada ici, nous avons une série d'échanges dans différents domaines, notamment en information—c'est là qu'ils sont les plus nombreux—, mais également dans le domaine musical, dans le domaine des dramatiques et dans le secteur des productions conjointes.

Je vous donne un exemple. Nous avons fait un concert à Québec, le 20 septembre dernier, produit ici par l'Orchestre symphonique de Québec, mais c'est un compositeur belge qui était à l'origine du concert. Le concert a été diffusé dans 16 pays d'Europe. C'est le genre d'entente que nous réalisons via la Communauté des radios publiques de langue française.

Mr. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): I'd like to make a comment for the record. The showing of the tape was not a question of censorship but an expression of concern for constituents who have written to us, and I'm sure many members on the other side as well, relative to community standards and the mandate of CBC and nation-building.

Nous avons des alliances comparables avec les Australiens. Nous sommes en train d'en constituer d'autres avec les Japonais, les Chinois. Il pourra se faire à l'avenir que vous voyiez des téléjournaux chinois, par exemple, ou japonais, mais traduits. J'estime qu'il est intéressant que les Canadiens voient ce qui semble important pour les Japonais. Quelle est leur perspective.

Cela ne représente pas une partie importante de notre programmation, mais de telles choses lui apporte un peu de piquant, si vous voulez, ou un intérêt supplémentaire. En échange les publics de ces pays peuvent voir l'actualité sous l'angle canadien. Je crois que cela sera propice à une meilleure compréhension mutuelle entre les peuples.

Le président: Une petite question supplémentaire.

It has to do with the French network. Do you also resort to French channel services, for instance?

Mrs. Michèle Fortin (Vice-President, French Television, Canadian Broadcasting Corporation): Yes, we are using the *Téléjournal* and in our news programs, some elements are coming from the French channels. We are negociating just as we did for *Newsworld* agreements with French television channels to broadcast French TV newscasts and to have access to their material, and they also can have access to ours in much the same way.

The Chair: You are also negociating with other countries such as Belgium, aren't you?

Mrs. Fortin: Yes, with the French-speaking countries: Switzerland, Belgium, Luxembourg and France.

Mr. Manera: I might add that in our French radio, thanks to our vice-president of radio, who is very active on the international scene, we have agreements with Switzerland and France which enable us to have very interesting exchanges. If you allow him, Mr. Pépin could give you more details on that.

Mr. Marcel Pépin (Vice-President, French radio, Canadian Broadcasting Corporation): Within the Communauté des radios publiques de langue française, which groups all public radios of European francophone countries, that is France, Switzerland and Belgium, and Radio-Canada here, we have a series of exchanges in various areas, especially in the news sector—where we have the greatest number of them—, but also in the musical area, in the drama area and in the sector of joint productions.

I will give you an example. We had a concert in Quebec City, on September 20th, which was produced here with the Orchestre symphonique de Québec, but the composer who was behind the concert was Belgian. The concert was broadcast in 16 European countries. This is the kind of agreement we have through the Communauté des radios publiques de langue française.

M. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): J'aimerais préciser quelque chose. La séquence présentée ne concernait pas la censure, mais montrait simplement que les électeurs s'inquiètent et nous écrivent, et je suis sûr aux nombreux membres assis de l'autre côté également, au sujet des normes communautaires et du mandat de Radio-Canada visant l'unification du pays.

[*Text*]

That said, thank you very much, gentlemen and ladies, for your presence today.

I want to ask a few questions of clarification about your document. On page 10 you say what Canadians want is not more CRTC hearings but more openness from you on both programming and financial issues. Could you explain to me how you're going to accomplish this openness with financial issues?

Mr. Manera: I'd be delighted to.

I think the record will show the CBC is one of the most open of organizations in terms of accountability. When we're talking here about CRTC hearings, we're not suggesting there should not be CRTC hearings. We fully subscribe to the importance of having a regulator. The point we were trying to make is that we now deal with CRTC hearings, Auditor General special examinations, parliamentary hearings, corporate plans. The amount of what we might call bureaucratic accountability is already more than sufficient. In fact, we think it might be streamlined a bit as well.

What we're saying is we want to improve our accountability directly to viewers and listeners. Even though we answer hundreds of thousands of letters, hundreds of thousands a year are telephone–polled, somehow we have to improve that connection. Therefore, what we're suggesting here is more of the kind of programming where we go on the air, myself and my colleagues, and answer tough questions from our audiences, listen to their concerns, and therefore become more and more sensitive.

• 1040

One of the most important attributes of successful organizations is where top management is in direct contact with its clients, with its viewers and listeners. We think we can improve on that. That's part of our commitment to improve that connection with the public.

Mr. Hanrahan: So you're not speaking of financial reporting in an accountability sense. You're looking at it more in a general sense to your audience.

Mr. Manera: On financial reporting, Mr. Chairman, I don't know any organization that discloses as much as we do. If you look at our annual report, for example, it has so much financial disclosure that this year we were among the six finalists for the best annual reports of large crown corporations.

We disclose so much. To the CRTC we also disclose a tremendous amount of information. On financial information, I think our disclosure is already very, very high, to the point where if we were to disclose more we might put our ability to compete in the marketplace in jeopardy.

We are talking about listening directly to the people. If the people don't like a program, we want to hear about it. I was on an open–line program in Alberta last week and people threw all kinds of questions at me. Some of their questions I could

[*Translation*]

Ceci dit, mesdames et messieurs, je vous remercie infiniment d'être venus aujourd'hui.

J'aimerais demander quelques précisions sur le document. À la page 10, vous dites que ce que les Canadiens veulent, ce ne sont pas davantage d'audiences devant le CRTC, mais plus de transparence de votre part, tant au plan de la programmation que pour les questions financières? Pourriez–vous m'expliquer comment vous aller arriver à cette transparence pour les questions financières?

M. Manera: J'en serais très heureux.

Je crois qu'il sera facile de prouver que Radio–Canada est l'une des organisations les plus ouvertes pour ce qui est de rendre des comptes. Lorsqu'on parle ici des audiences du CRTC, on ne veut pas dire qu'il faudrait les supprimer totalement. Nous sommes tout à fait conscients de l'importance d'un organisme de réglementation. Ce que nous voulons dire, c'est que nous avons maintenant les audiences du CRTC, les examens spéciaux du vérificateur général, les audiences parlementaires, les plans d'entreprise. Je pense que la somme de ce que l'on pourrait appeler les comptes rendus bureaucratiques est déjà plus que suffisante. Nous pensons en réalité qu'il y aurait lieu de simplifier un peu les choses.

Nous souhaitons en réalité rendre davantage de comptes aux téléspectateurs et aux auditeurs directement. Même si nous répondons à des centaines de milliers de lettres, si nous faisons des centaines de milliers d'appels chaque année pour des sondages téléphoniques, il nous faut cependant renforcer ce lien. Nous suggérons donc qu'il y ait davantage d'émissions auxquelles mes collègues et moi–même participions, pour répondre aux questions difficiles de notre public, pour connaître ses inquiétudes et être de plus en plus sensibilisés.

L'un des éléments les plus importants qui font le succès de certaines organisations est le fait que la haute direction est en contact direct avec ses clients, avec ses téléspectateurs et auditeurs. Et nous estimons pouvoir faire des progrès à cet égard. C'est une partie de notre engagement visant à améliorer nos liens avec le public.

M. Hanrahan: Vous ne parliez donc pas de rendre des comptes sur le plan financier, dans le domaine comptable. Vous voyez cela de façon plus générale vis–à–vis de votre public.

M. Manera: Pour ce qui est des comptes rendus financiers, monsieur le président, il n'y a à mon sens aucune autre organisation qui révèle autant d'informations que nous. Si vous regardez notre rapport annuel, par exemple, on y révèle tellement sur le plan financier que cette année nous avons été parmi les six finalistes au concours du meilleur rapport annuel des grandes sociétés d'État.

Nous divulguons tellement de choses. Nous transmettons énormément d'informations au CRTC. Pour ce qui est des renseignements financiers, je crois que ce que nous divulguons est déjà beaucoup, au point que si nous révélions davantage, nous pourrions compromettre notre capacité concurrentielle sur le marché.

Nous parlons d'écouter directement les gens. Si le public n'aime pas une émission, nous voulons l'entendre directement. J'ai participé à une tribune téléphonique en Alberta la semaine dernière et on m'a posé toutes sortes de questions. J'ai pu

[*Texte*]

answer, some I couldn't answer. That connection directly with our listeners and viewers is absolutely critical and essential. Otherwise we're going to make decisions based on figures, on statistics, on research reports, which are nice, they're interesting, they're impressive, but they're not the same thing as when you talk directly to people. That's what we want to do.

Mr. Hanrahan: I would agree, and I think it's good that you got it on the record that to reveal any more in terms of finances would put you in jeopardy relative to your competitors.

On page 43, under 5.3.2, reducing the appropriation, it says:

> Second, alternative revenue sources could be used to help the government reduce the appropriation and contribute to the solution of the government's fiscal crisis.
>
> The CBC is really not the right institution to recommend either the amount or the type of alternative funding mechanism that should be adopted.

Who is?

Mr. Manera: Mr. Chairman, I believe that the Ministry of Canadian Heritage has retained some consultants. The minister has released some reports. I would expect that this committee might have asked some of these individuals to make submissions, and ask questions of them. We also have some expertise, which we will be prepared to share with the committee at the appropriate time.

What we are basically saying is that the whole question of funding the CBC is a matter of government policy. We are servants of the people. We will do whatever Parliament sets our mandate to be. On how we should be financed we may have ideas, but we're not really the authority on that, Mr. Chairman.

Mr. Hanrahan: In your initial report to the committee I think you listed six areas that you were planning for 95% Canadian in prime time, expanded news, and so forth. You mentioned more emphasis on local and regional news. Some of the previous witnesses have suggested that the distinction between CBC news and CTV news and other stations' news is very minimal. This may or may not be true; I don't know. If you had to take one off of that list in order to save money, can you see yourself reducing regional news, as it is more or less seen as a repeat of the other areas' news?

Mr. Manera: Mr. Chairman, I think it's very, very important to point out that the views that have been expressed before this committee by some of our competitors are not without a measure of self-interest. I would certainly not accept that our news programs in the regions are a copy of the news programs of the privates. I think that each plays an important role.

[*Traduction*]

répondre à certaines d'entre elles, à d'autres non. Ce lien direct avec nos auditeurs et nos téléspectateurs est absolument indispensable et essentiel. Faute de quoi, nous allons prendre des décisions en nous fondant sur des chiffres, des statistiques, des résultats de recherche, qui sont très bien, intéressants, impressionnants, mais ce n'est pas la même chose que de parler directement au public. C'est ce que nous voulons faire.

M. Hanrahan: Je suis d'accord, et je pense qu'il est bien que vous ayez précisé que vous coureriez des risques face à vos concurrents si vous révéliez davantage sur le plan financier.

À la page 43, à l'alinéa 5.3.2, concernant la réduction des crédits parlementaires, vous dites:

> Deuxièmement, les nouvelles sources de revenus permettraient au gouvernement de réduire les crédits qu'il nous accorde et d'alléger la crise financière qu'il traverse actuellement.
>
> Radio-Canada n'est pas vraiment l'organisme indiqué pour recommander une somme ou le type de mécanisme de financement de rechange à adopter.

À qui cela revient-il?

M. Manera: Monsieur le président, je pense que le ministre du Patrimoine canadien a engagé des experts-conseils. Il a publié certains rapports. Il paraîtrait logique que votre comité ait demandé à certaines de ces personnes de faire des exposés pour pouvoir ensuite leur poser des questions. Nos avons aussi quelques connaissances en la matière, et nous serons prêts à les faire connaître au Comité au moment voulu.

Nous voulons dire essentiellement que toute la question du financement de Radio-Canada est une question de politique gouvernementale. Nous sommes au service du public. Nous ferons tout ce que le Parlement prévoira dans notre mandat. Pour ce qui est de notre financement, nous avons peut-être des idées sur la question, mais cela ne relève pas vraiment de notre compétence, monsieur le président.

M. Hanrahan: Dans votre rapport initial au Comité, je crois que vous aviez énuméré six domaines dans lesquels vous prévoyiez d'avoir 95 p. 100 de contenu canadien pendant les heures de grande écoute, des actualités plus importantes, etc. Vous avez parlé d'insister davantage sur les actualités locales et régionales. Certains témoins précédents ont laissé entendre que la distinction faite entre les nouvelles de Radio-Canada et celles de CTV, ou d'autres stations, est infime. Je ne sais si c'est vrai ou non. Si vous deviez supprimer un secteur de cette liste pour économiser, envisageriez-vous de réduire les actualités régionales puisqu'on les considère plus ou moins comme une répétition des actualités données dans les autres secteurs?

M. Manera: Monsieur le président, je crois qu'il est très important de préciser que les opinions qui ont été exprimées au Comité par certains de nos concurrents sont en partie à leur avantage. Je ne suis pas du tout d'accord pour dire que nos émissions d'actualité régionale sont les mêmes que celles des compagnies privées. Je crois que les deux jouent un rôle important.

[*Text*]

In fact, over the years we've had positive comments from many private broadcasters who praise us for the distinctiveness, for setting a standard, and for going beyond simply the headlines and looking in depth at what is really happening. In the end, I don't think it's my word or the word of the private broadcasters. I think it's the word of the Canadian people.

• 1045

When I was in Calgary last week and I spoke with people from that community, they were still mad at us, because we had taken away that supper–hour show in Calgary from them four years ago. Now, they wouldn't be mad at us if they thought the program was the same as what they can get on the private networks. The reason they were mad at us—and they had every right to be mad—was that they were getting something from the CBC that was not available on the private networks. They're still a little bit mad at us, but they're also appreciative of the fact that during those four years we've brought back much of that local element to the screen. They appreciate it. I spoke with the mayor of Calgary. He was very pleased we had made so much progress.

With respect to the people of Windsor, when we took their service away, they had 10,000 people in the streets complaining about that. So, again, if we were doing the same thing the private sector was doing, you would not have 10,000 people in the streets. When we brought the service back to Windsor, they couldn't be happier. They feel there's now another voice. There's no longer a monopoly on their news. There is a public service–oriented news service that speaks to their needs.

So I cannot accept that we could get out of regional news without a loss of incalculable value to this country, Mr. Chairman.

The Chair: Thank you. I think we'll now move along to Bonnie Brown.

Ms Brown (Oakville—Milton): Thank you, Mr. Chairman.

I'd like to follow through on this idea of accountability Mr. Hanrahan has raised. It seems to me you're in a rather difficult position as a publicly funded public broadcaster, but you're also out there in the marketplace. Let me address this whole business Mr. Hanrahan raised of giving away competitive advantage through disclosure in public accountability.

I don't know how you live in what some would call a schizophrenic world of trying to be open and trying to share the information with the government, which is the main funder. Yet you're going into these commercial joint ventures.

I'm wondering if you need two sets of rules, one to do with your parliamentary allocation so there's another section to your business accounting that goes into this other area. It seems to me people are dissatisfied with the amount of information they can get. They keep saying we can't find out what the CBC's doing. But from what you're saying, I can understand why that is.

[*Translation*]

Nous avons en fait reçu des opinions favorables de la part de nombreux diffuseurs privés qui nous félicitent pour notre originalité, pour le fait que nous établissons des normes et pour le fait que nous ne nous contentons pas des grands titres mais que nous approfondissons vraiment les sujets. En définitive, ce n'est ni mon opinion, ni celle des diffuseurs privés qui compte, c'est celle du public canadien.

Lorsque j'étais à Calgary la semaine dernière pour parler aux téléspectateurs de la région, j'ai constaté qu'ils nous en voulaient encore parce que nous leur avions supprimé une émission à l'heure du souper il y a quatre ans. Ils ne nous en auraient pas voulu s'ils avaient jugé que notre émission était la même que celle qu'ils pouvaient voir sur les réseaux privés. S'ils nous en voulaient—et c'est tout à fait leur droit—c'est parce que Radio–Canada leur offrait quelque chose qu'ils ne pouvaient obtenir sur les réseaux privés. Ils nous en veulent encore un peu, mais ils sont aussi reconnaissants du fait que pendant ces quatre années on leur a redonné à l'écran une bonne partie de l'élément local. Ils nous en sont reconnaissants. J'ai parlé avec le maire de Calgary. Il était très heureux de ce progrès.

Pour ce qui est des gens de Windsor, lorsqu'on a supprimé leur téléjournal, 10 000 personnes sont descendues dans la rue pour protester. Encore une fois, si nous faisions la même chose que le secteur privé, il n'y aurait pas eu 10 000 personnes dans la rue. Lorsque nous avons remis au programme l'émission à Windsor, la population locale était on ne peut plus heureuse. Elle disposait désormais d'une autre optique. Il n'y avait plus de monopole pour les actualités. Il y avait désormais un service d'information axé sur le public et répondant à ces besoins.

Je ne peux donc accepter l'idée, monsieur le président, que nous puissions nous désintéresser des actualités régionales sans que cela constitue une perte inestimable pour notre pays.

Le président: Merci. Nous allons maintenant donner la parole à Bonnie Brown.

Mme Brown (Oakville—Milton): Merci, monsieur le président.

J'aimerais revenir sur la question de l'obligation de rendre compte, qui a déjà été soulevé par M. Hanrahan. Il me semble que vous êtes dans une situation difficile en tant que diffuseur public financé par le gouvernement alors que vous êtes aussi une entreprise commerciale. Revenons à toute cette question soulevée par M. Hanrahan, c'est–à–dire au fait de donner l'avantage à vos concurrents parce qu'on vous demande de rendre des comptes.

Je ne sais comment vous arrivez à concilier ces deux choses paradoxales, c'est–à–dire à être ouvert et à essayer de donner l'information au gouvernement qui est votre principale source de financement tout en vous lançant aussi dans des entreprises commerciales en participation.

Je me demande s'il vous faut deux ensembles de règles, l'un concernant vos crédits parlementaires, pour qu'il y ait une autre section de votre comptabilité d'entreprise qui aille à cet autre domaine. Il me semble que les gens ne sont pas satisfaits de la somme d'information qu'ils peuvent obtenir. Certains continuent à dire qu'ils n'arrivent pas à savoir ce que fait Radio–Canada. Mais d'après ce que vous révélez, je comprends pourquoi il en est ainsi.

[*Texte*]

Mr. Manera: Mr. Chairman, I think first of all, on any of these complicated deals—whether it's the broadcast centre or strategic alliances—we supply a great deal of detailed information to Treasury Board. But more than that, the Auditor General of Canada has access to every single cent right up to the last paper clip we use. So we are a completely open book, subject to complete access.

It's a very good question. The way we get around that is demonstrated by a perfect example: this controversy over sports. CTV issued a report where they made a number of absolutely false statements. They published that about the CBC. We were in the difficult position of having to defend ourselves against these false statements. It's like being asked when did you stop beating your wife. You have to try to defend yourself against these accusations.

How could we do that without compromising our competitive position? The solution we found to that problem was to have our our vice-president of finance look at all of these facts. He produced a report. Instead of publicly disclosing all the different elements, we just disclosed the bottom line, which says we make $1.9 million after full-cost allocation. But then we had the Auditor General of Canada review the methodology. He certified that our methodology was correct.

So, Mr. Chairman, that is how we found our way around this problem. We will reveal to the Auditor General of Canada whatever information he wants to know. He's got a right under the law to do that. Then he will testify. If he ever finds anything that is not above board, that is in one iota out of the rules, he has a responsibility to report to Parliament. We accept that as being the best possible accountability you can ask from a public broadcaster.

Ms Brown (Oakville—Milton): First of all, thank you for this excellent document. We've had almost a steady diet of your critics as our witnesses. We've had a few of your friends, but many of your critics. I must say it gets rather tiresome to always hear the negative slings and arrows of your competitors.

[*Traduction*]

M. Manera: Monsieur le président, je crois que tout d'abord, pour toutes ces ententes compliquées—qu'il s'agisse du centre de télédiffusion ou des alliances stratégiques—nous fournissons au Conseil du Trésor des informations très nombreuses et très détaillées. En plus de cela, le vérificateur général du Canada a accès au moindre sou, au dernier trombone utilisé dans les bureaux. Notre livre est donc tout à fait ouvert, et on peut y avoir entièrement accès.

C'est une excellente question. Tous ce débat sur les sports illustre parfaitement la façon dont nous nous en sortons. CTV a publié un rapport qui contenait plusieurs déclarations entièrement fausses et à notre sujet. Nous avons été dans la position difficile de devoir nous défendre face à ces fausses déclarations. C'est un peu comme si l'on vous demandait: «Quand avez-vous cessé de battre votre femme?» Il faut essayer de vous défendre contre ces accusations.

Comment y parvenir sans compromettre notre situation concurrentielle? La solution que nous avons trouvée pour résoudre ce problème a été de demander à notre vice-président des finances de regarder tous ces faits. Il a rédigé un rapport. Au lieu de révéler publiquement tous les différents éléments, il a simplement donné les résultats finaux, selon lesquels nous gagnons 1,9 milliard de dollars après déduction du coût de revient complet. Nous avons ensuite demandé au vérificateur général du Canada d'examiner la méthodologie. Il a garanti que notre méthodologie était bonne.

Voilà donc, monsieur le président, comment nous avons réussi à nous en sortir. Nous allons transmettre au vérificateur général du Canada tous les renseignements qu'il souhaite connaître. Il y est autorisé par la loi. Il garantit ensuite l'exactitude de la méthode de calcul. S'il constatait qu'une opération n'était pas régulière, s'écartait un peu des règles, il a la responsabilité de le faire savoir au Parlement. Il nous semble que c'est la meilleure façon possible de rendre des comptes que l'on puisse demander à un diffuseur public.

Mme Brown (Oakville—Milton): Je tiens tout d'abord à vous remercier pour cet excellent document. Parmi les témoins que nous avons reçus figuraient régulièrement des détracteurs de votre organisme. Quelques-uns d'entre eux parlaient en votre faveur, mais beaucoup étaient très critiques à votre égard. J'avoue que cela devient plutôt lassant de n'entendre que les flèches décochées par vos concurrents.

• 1050

In your own book, on page 9, the last paragraph of 2.4.1, as compared to the last paragraph of 2.4.2, you say you want to create more public-service-oriented specialty channels than you already have. At the bottom of page 9: "...the CBC's main channels will continue to be the foundation of our service to the public for many years to come". Again, I sense this split personality. What is the focus going to be, strengthening the main channels or developing more specialty channels for this multi-channel universe?

Dans votre propre mémoire, à la page 10, dans le dernier paragraphe de la section 2.4.1, vous dites que vous voulez lancer un plus grand nombre de chaines spécialisées fondées sur la notion de service public. Par contre, dans le dernier paragraphe de la section 2.4.2, au milieu de la page 11, vous déclarez: «...les chaînes principales de la SRC continueront d'être le fondement sur lequel reposeront nos services au public pendant de nombreuses années encore.» Je vois encore ici un signe de ce dédoublement de la personnalité dont souffre la SRC. Sur quoi allez-vous concentrer vos efforts: consolider les chaînes principales ou mettre en chantier un plus grand nombre de chaînes spécialisées destinées à s'inscrire dans le contexte de cet univers multichaîne?

[*Text*]

Mr. Manera: I think we're in a period of transition, as I said earlier, where it is still necessary to have a main channel over the air with a wide range of programming, because there's still a large number of people who can only receive the signal over the air. If you went away from that you'd be disenfranchizing a large number of people. So we still have a main channel.

The advantage of having a main channel with wide–ranging programming is that it has the infrastructure and the critical mass of talent to be able to support what we call the specialized channels. An excellent example of that is Newsworld or *Réseau de l'information*. They're excellent services and tremendous value to the taxpayer, but they could not exist on their own. The only reason we're able to provide the tremendous value–added is because they rely on the infrastructure that already exists to feed and support them.

Over the next four or five years it is entirely possible that we will propose to get into more specialized channels. But those specialized channels, again, will need the kind of support the main channel can provide because they cannot be stand alone channels.

Perhaps ten years from now that whole environment will change to the point where the mix might be different. But for the foreseeable future there's really no contradiction. It's really a matter of complementarity. Otherwise, if you didn't have that main channel there's no way Newsworld could be on the air for 55¢ a month or *Réseau de l'information* on the French side for 90¢ a month. You couldn't do it. That's how you have to evolve in the new audio–visual environment.

Ms Brown (Oakville—Milton): Most of the criticisms people have brought forward about you have been raised today, and you've answered them either verbally or in your book. But there is one I think should be put on the record. A lot of people are saying your engineering department is too big and they don't see the value of it. That is one of the criticisms that has been lodged with us about the operation of the CBC, and a suggested place where you might save money. Could you tell us how you see your engineering department?

The Chair: You might want to talk about both engineering and engineering research.

Mr. Manera: Our engineering department has several functions. It certainly has a strategic planning function because so many changes in technology are taking place. We couldn't begin to keep up with them unless we had expertise that stayed on top of all of those changes to ensure we take full advantage of them.

[*Translation*]

M. Manera: Comme je l'ai dit plutôt, je pense que nous traversons une période de transition et qu'il est toujours nécessaire d'avoir une chaîne principale distribuée par voie hertzienne et offrant toute une gamme d'émissions, car il y a encore un grand nombre de gens qui peuvent uniquement capter le signal par voie hertzienne. Si l'on y mettait fin, on priverait un grand nombre de gens de leurs droits en matière d'accès à la programmation télévisée. C'est la raison pour laquelle nous conservons une chaîne principale.

L'avantage c'est que, avec une chaîne principale offrant toute une gamme d'émissions, on a l'infrastructure et la masse critique de talents dont on a besoin pour soutenir les activités de ce que nous appelons les chaînes spécialisées. Newsworld ou le Réseau de l'information en est une parfaite illustration. Ce sont d'excellents services, et pour le contribuable c'est une bonne affaire, mais ils ne pourraient exister s'ils devaient fonctionner de façon autonome. La seule raison pour laquelle nous pouvons offrir ces services qui offrent une valeur ajoutée énorme, c'est qu'ils ont derrière eux l'infrastructure existante qui entretient et qui appuie leurs activités.

Au cours des quatre ou cinq prochaines années, il est tout à fait possible que nous proposions d'autres chaînes spécialisées. Mais encore une fois, ces chaînes auront besoin du soutien que peut leur fournir la chaîne principale car elles ne peuvent fonctionner de façon autonome.

Il se peut que dans dix ans, cet univers ait changé au point où l'ensemble des services proposés sera différent. Mais pour ce qui est de l'avenir prévisible, je ne vois vraiment aucune contradiction dans nos activités. C'est plutôt une question de complémentarité. Si la chaîne principale n'existait pas, il serait impossible de mettre Newsworld en ondes pour 55c. par mois, ni le Réseau de l'information, du côté français, pour 90c. par mois. Ce serait impossible. C'est ainsi qu'il faut évoluer dans le nouveau paysage audiovisuel.

Mme Brown (Oakville—Milton): La plupart des critiques formulées contre vous ont été soulevées aujourd'hui et vous y avez répondu verbalement ou dans votre mémoire. Mais il y en a une dont, à mon avis, on devrait officiellement faire état. Un grand nombre de gens ont déclaré que votre service d'ingénierie est trop important et ont remis en question son utilité. C'est une des critiques qui ont été formulées sur le fonctionnement de la SRC, et l'on a suggéré que c'était un secteur où vous pourriez faire des économies. Pouvez–vous nous dire ce que vous pensez de votre service d'ingénierie?

Le président: Si vous voulez, vous pouvez parler aussi bien des services d'ingénierie que de la recherche en génie.

M. Manera: Notre service d'ingénierie remplit plusieurs fonctions. Il a certainement un rôle à jouer en ce qui concerne la planification stratégique étant donné tous les changements technologiques auxquels nous devons faire face. Nous ne pourrions y parvenir si nous n'avions pas des experts qui se tiennent au courant de tous ces changements et qui s'assurent que nous en tirons le plus de profit possible.

[*Texte*]

It also does a tremendous amount of work. For example, in 1993–94 it completed $50 million of work for our studio projects. We do a lot of the design for our studios ourselves because the expertise in the private sector simply isn't there to a very large degree—there is to a small degree. Our engineering department did $50 million of capital work at at cost of $3.8 million, which is 7.8%.

I challenge anyone to find a private sector engineering firm that will work for only 7.8%. We estimated we saved at least $2.5 million by doing that work in–house.

The other advantage of our engineering department is whenever we have to buy equipment we combine our purchases across the country. Instead of having each region set its own specifications and do its own purchasing, we get the benefit of bulk purchasing. We also have somebody set the specifications who understands those specifications. We estimated that we saved $1.5 million as a result of that, and there are many other instances.

• 1055

We also contract out a fair amount of our design, for example, in the area of transmission projects, building and management. We contract out a lot of that. Our philosophy on contracting out is very simple. If we can do it through the private sector more economically, then we're open to that; but most of the time that's not the case, because the private sector has to make a profit and we do have a capacity in–house that is very sophisticated.

Our engineering department has taken the initiative in looking to the private sector for handling all our distribution, which is a major undertaking when you think that we cover 99% of Canada's population. We've gone to the private sector and said here are our distribution requirements, come back with a proposal; if you can do it cheaper than we can do it, if you can still reach 99% of the Canadian population, and if we are not hostage to a signal supplier, we're looking at it.

Mr. Chairman, we went out with that proposal over a year ago. We still don't have a private sector proposal, although there are discussions taking place and they may lead to something.

We are not at all opposed to doing things through the private sector. But the notion that you can always do it cheaper or that somehow or other you can get it done for free I think is an illusion. The private sector does not work for peanuts.

The Chair: I think we'll pass now to Madame Tremblay.

[*Traduction*]

Ce service fait également un travail énorme. Par exemple, en 1993–1994, ce service a fait dans nos studios des travaux d'une valeur de 50 millions de dollars. C'est nous qui nous chargeons bien souvent des travaux de design pour nos studios car, dans une large mesure, il n'y a tout simplement pas dans le secteur privé les experts dont nous avons besoin—même s'il y en a quelques–uns. Le service d'ingénierie de la SRC a effectué des travaux représentant des coûts d'immobilisations de 50 millions de dollars pour un coût de 3,8 millions de dollars, c'est–à–dire 7,8 p. 100.

Je mets qui que ce soit au défi de trouver dans le secteur privé une entreprise d'ingénierie qui travaillera pour gagner seulement 7,8 p. 100. D'après nos calculs, nous avons économisé au moins 2,5 millions de dollars en faisant faire ces travaux à l'interne.

L'autre avantage d'avoir un service d'ingénierie c'est que, chaque fois que nous devons acheter de l'équipement, nous regroupons les commandes de chaque région du pays. Au lieu de laisser chaque région établir ses propres spécifications et faire ses propres achats, nous pouvons profiter d'achats groupés. Par ailleurs, les spécifications sont établies par quelqu'un qui les comprend. D'après nos calculs, nous avons économisé ainsi 1,5 million de dollars, et je pourrais vous citer bien d'autres exemples.

Nous sous–traitons également une bonne partie de nos travaux de conception, par exemple, dans le domaine des transmissions, de l'immobilier et de la gestion de projets. Nous sous–traitons beaucoup de ces travaux. Le principe que nous appliquons en matière de sous–traitance est très simple. Si les travaux peuvent être faits de façon plus économique par l'entremise du secteur privé, alors, nous sommes en faveur de cette méthode; la plupart du temps, ce n'est pas le cas, car le secteur privé doit faire des bénéfices et nous avons des ressources internes qui sont très pointues.

Notre service d'ingénierie a pris contact avec le secteur privé pour voir s'il pouvait se charger de tous nos besoins en matière de distribution, ce qui est une entreprise d'envergure lorsqu'on sait que nous desservons 99 p. 100 de la population canadienne. Nous avons pris contact avec des entreprises du secteur privé et nous leur avons dit: voici nos besoins, faites–nous une proposition; si cela nous revient moins cher d'utiliser vos services que les nôtres, si nous pouvons toujours desservir 99 p. 100 de la population canadienne, sans pour autant nous retrouver à la merci d'une des entreprises qui fournit le signal, nous sommes prêts à considérer cette possibilité.

Monsieur le président, nous avons fait cet appel d'offre il y a plus d'un an. Nous n'avons toujours pas reçu de proposition du secteur privé, même si des pourparlers actuellement en cours pourraient déboucher sur quelque chose.

Nous ne sommes pas du tout opposés à l'idée d'avoir recours au secteur privé. Mais penser que cela revient toujours moins cher ou que, d'une façon ou d'une autre, on peut obtenir quelque chose gratuitement, c'est à mon avis se faire des illusions. Le secteur privé ne travaille pas pour rien.

Le président: Je pense que je vais maintenant donner la parole à M^me^ Tremblay.

[*Text*]

Mme Tremblay: Monsieur Manera, j'aurais voulu intervenir immédiatement après votre magnifique envolée pour vous dire qu'il me semblait qu'il manquait un paragraphe au moins dans votre performance: décrire la joie que Rimouski va connaître le jour où vous allez venir réouvrir la station de télévision chez nous.

Le président: Vous n'allez pas envoyer une lettre, j'espère.

Mme Tremblay: Non. Je voudrais aborder avec vous la question de la décentralisation versus la centralisation. Il fut un temps où la Radio–Canada était beaucoup plus décentralisée qu'elle l'est maintenant. Sous certains présidents pour n'en nommer que quelques–uns, soit MM. Davidson, Picard et Johnson, il me semble que la télévision de Radio–Canada était plus décentralisée que maintenant. M. Juneau a commencé à tout centraliser et M. Veilleux a continué la centralisation. D'après les renseignements que nous avons obtenus, il y aurait une correlation significative entre la fermeture des stations dans les régions et la baisse de la popularité de Radio–Canada en termes de cotes d'écoute. En lisant le document, que je trouve très intéressant, j'ai eu l'impression que des régions étaient abandonnées. Bien sûr, vous avez de la production en région. Par exemple, *La semaine verte* est maintenant produite à Québec, mais cela n'a pas changé le contenu de cette émission. Bien sûr, on voit des têtes nouvelles, des gens qui sont d'une autre université, d'un autre milieu et tout cela, mais si on ne nous disait pas à la fin de l'émission que *La semaine verte* est produite par Radio–Canada à Québec, on ne verrait pas tellement la différence.

Je suis un peu inquiète de voir que dans ce document intitulé *Un nouvel engagement*, il semble y avoir encore une très forte centralisation de Radio–Canada; on ne va pas assez vers les régions. Pouvez–vous essayer de me dire que j'ai mal lu le document?

M. Manera: Je vais demander à M^me^ Fortin de donner quelques précisions sur les émissions dont vous parlez.

Tout d'abord, je ne suis pas d'avis que la Société est centralisée dans le sens où les décisions sont prises au centre. Il y a une décentralisation très importante dans la gestion quotidienne. Évidemment, en période de crise, il est tout à fait normal que certaines décisions soient prises au centre. Dans n'importe quelle entreprise, pendant des périodes de gros changements ou de crise, comme on dit en anglais, *the buck stops here*. Il faut prendre les décisions au centre parce que c'est là qu'est l'imputabilité.

• 1100

Cependant, je suis d'avis que, dans la conception des programmes et la gestion quotidienne, on est tellement décentralisés qu'il serait presque impossible d'aller plus loin.

J'aimerais que M^me^ Fortin vous donne quelques précisions sur l'autre question.

Mme Fortin: Nos objectifs par rapport aux régions sont multiples. Le premier objectif est que les différentes régions et nos ressources en région offrent des services à la région elle–même, d'abord en information et, compte tenu des ressources, dans d'autres secteurs. Donc, la première priorité qu'on attribue aux régions est le soutien des émissions d'information régionale, par exemple les *Ce soir*.

[*Translation*]

Mrs. Tremblay: Mr. Manera, I would have liked to say something immediately after you finished your wonderful speech to tell you that, in my view, there was at least one paragraph missing: the one describing Rimouski's joy the day you are going to reopen the television station in our town.

The Chairman: You're not going to send a letter, I hope.

Mrs. Tremblay: No. I would like to raise the issue of decentralization versus centralization. There was a time when the Canadian Broadcasting Corporation was much more decentralized than it is now. Under the rule of some presidents, to name a few, Mr. Davidson, Mr. Picard and Mr. Johnson, it seems to me that the CBC's television services where more decentralized than they are now. Mr. Juneau started to centralize everything and Mr. Veilleux continued to do so. According to the information that we got, there might be a noticeable correlation between the closing of regional stations and the decline in the CBC's popularity in terms of ratings. As I was reading your document, which I find very interesting, I had the impression that you had deserted some regions. It is true that you do produce programs in some regions. For example, *La semaine verte* is now produced in Quebec City, but this has not changed anything in the content of this program. Sure, we can see new faces, people who belong to another university, who represent another milieu, etc., but if we were not told at the end of the program that *La semaine verte* is produced by the CBC in Quebec City, we wouldn't really see any difference.

I am a bit concerned to see that in this document, entitled *A New Commitment*, it seems there is still a strong trend towards centralization within the CBC; you don't call enough on the regions. Can you try and tell me whether I misinterpreted the brief?

Mr. Manera: I am going to ask Mrs. Foster to give you some details regarding the programs you mentioned.

First of all, I do not agree that the CBC is centralized with respect to decision making. The daily management of our operations is very much decentralized. Of course, when there is a crisis, it's quite normal that some decisions be made by top management. Whatever the company, when it has to weather significant changes or a crisis, as we say in English, the buck stops here. Decisions have to be made by top management because that's where the accountability rests.

However, as far as program development and daily management are concerned, I think that our operations are so decentralized that it would almost be impossible to go any further.

I would like Mrs. Fortin to give you some details regarding the other aspect of your question.

Mrs. Fortin: Our objectives regarding the regions are many–fold. The first one is that the various regions and our resources there serve the region itself, first of all in the area of information services and, as resources are available, in other areas as well. So, for the regions, the main priority is to support regional information programs, for instance *Ce Soir*.

[*Texte*]

Le deuxième élément—et *La semaine verte* fait partie de cela—est que nous avons essayé de transférer des ressources dans les régions où nous avons des groupes de population assez importants. Notre seule façon de transférer des ressources est de le faire avec les émissions. Ainsi, les stations de Québec, de Moncton, d'Ottawa en particulier et de Winnipeg dans une moindre mesure parce que la station est plus petite, peuvent avoir des insfrastructures qui leur permettent de développer d'autres choses, des choses originales dans des secteurs où elles n'étaient pas équipées pour intervenir.

C'est une stratégie qui vise à donner aux régions une place plus large en leur permettant de contribuer au réseau comme producteurs d'émissions. Les gens de Québec, comme les gens des autres régions, ont le goût de faire à Québec des émissions qui pourraient être faites n'importe où ailleurs, sans déménager. Cela donne aussi une masse critique plus importante qui permet à ces gens–là de développer des émissions pour leur région. Cela a été un peu fait dans les régions d'Ottawa, Québec et Moncton dans cette perspective–là.

En contrepartie, il y a des éléments de *La semaine verte* qui sont différents parce que l'émission est faite à Québec, mais vous avez raison: c'est une émission que les gens de Québec font pour le réseau et pour l'ensemble du Canada avec des collaborations de toutes les régions du Canada.

Mme Tremblay: Prenons une autre émission, *Second regard*. Vous me dites que l'émission *Second regard* pourrait être produite à Vancouver et que ce serait alors une émission régionale. Elle serait produite pour le réseau, mais elle compterait, dans vos statistiques, pour une émission régionale.

Mme Fortin: Dans nos statistiques, il y a plusieurs éléments qui sont un peu confondus. C'est une émission qui serait produite en région, comme *La semaine verte* est produite en région. On considère cela comme une contribution des régions au réseau. Ce n'est pas une émission qui est produite pour la région elle–même. Il y a des éléments de *Second regard* qui reflètent des reportages de l'Ouest canadien, mais l'émission dans son ensemble est produite à Montréal. Cela pourrait être l'inverse.

On a un peu de difficulté dans la façon dont on rend compte des statistiques. Par exemple, on ne considère jamais dans nos statistiques les contributions à *Le Point* ou à *Second regard* comme des statistiques régionales. Par contre, *La semaine verte* est considérée dans nos statistiques comme une émission faite en région, et donc dite régionale.

Je suis d'accord avec vous que cela porte à confusion.

Mme Tremblay: Quand les représentants de la Fédération des communautés francophones et acadienne ont comparu devant nous, ils nous ont recommandé de prendre une partie du budget de production et de l'affecter directement aux productions dans les régions des francophones, afin que les régions de Moncton, Winnipeg et Vancouver produisent directement des émissions qui refléteraient la région.

On a un peu le même problème du côté anglais. Quand on fait une série et qu'on veut avoir des chances de la vendre aux États–Unis, par exemple, il faut que cela ressemble à Chicago; il ne faut pas que cela ressemble tellement au Canada.

[*Traduction*]

The second objective—*La semaine verte* is part of that—is to try and transfer resources in regions where the population we serve is sizeable. The only way we can transfer resources is through programs. This is how stations in Quebec, Moncton and Ottawa, in particular, and in Winnipeg to a lesser degree, because the station is smaller, can have the necessary infrastructure to develop new ideas, original ones, in areas where they could do nothing for lack of resources.

The objective of this strategy is to give regions a more important role by allowing them to contribute to the network as program producers. People in Quebec City, and this is the case in other regions as well, want to do Quebec programs that could be produced elsewhere, without having to move. This also creates a larger critical mass which allows these people to develop programs for their region. It's with this in mind that a few initiatives were undertaken in the regions of Ottawa, Quebec and Moncton.

On the other hand, there are elements of *La semaine verte* that are different because the program is produced in Quebec, but you are right: this is a program that people in Quebec produce for the network and for the rest of Canada, in cooperation with every region of the country.

Mrs. Tremblay: Let's take another program, *Second regard*. You are saying that *Second regard* could be produced in Vancouver and that it would then be a regional program. It would be produced for the network but, in your statistics, it would be counted as a regional program.

Mrs. Fortin: In our statistics, there are a few elements which are a bit mixed up. It would be a program produced in a given region, as is the case for *La semaine verte*. We consider this as a regional contribution to the network. It is not a program which is produced for the region itself. There are segments in *Second regard* which reflect stories covered in the West, but as a whole, the program is produced in Montreal. It could be the contrary.

The way we compute our data creates some difficulties. For example, contributions to *Le Point* or *Second regard* are never included in the regional figures which are part of our statistics. On the other hand, *La semaine verte* is considered in our statistics as a program which is produced in a region, and therefore is what we call a regional program.

I agree with you that this is a bit confusing.

Mrs. Tremblay: When the representative of the Fédération des communautés francophones et acadienne appeared before us, they recommended that part of the production budget be allocated directly to program production in francophone regions, so that Moncton, Winnipeg and Vancouver can produce on site programs which would reflect their region.

The problem is almost the same on the English side. When filming a series, if you want to have a chance to sell it in the States, for instance, the decor has to look like Chicago; it should not really look like Canada.

[*Text*]

Il y a peut–être un peu de cela. À la télévision francophone, aux heures de grande écoute, les téléromans que vous produisez reflètent le Québec—c'est du moins le message qu'on a nous a fait—plutôt que les Prairies ou les Maritimes. On dit qu'il faut que Radio–Canada fasse en sorte que les différentes parties du Canada se comprennent mieux. Aux nouvelles de CBC, on ne parle jamais de l'Opposition officielle. Il est très, très rare qu'on en parle à CBC. Cela veut dire que le reste du Canada n'entend jamais ou presque jamais parler de l'Opposition officielle.

• 1105

Mme Fortin: Je vais prendre votre exemple des téléromans. Je n'écris pas de téléromans, mais je sais qu'il est très difficile de mettre en ondes un téléroman qui est fabriqué selon les normes usuelles.

Nous avons en développement deux ou trois téléromans dont l'action se déroule dans des régions francophones hors Québec. Il faut dire: Nous avons, avions, aurons peut–être. . . Nous en avions un en développement en collaboration avec TVOntario qui se passait dans l'Ontario francophone. Le projet est présentement arrêté. Est–ce qu'il revivra? Je l'espère, mais je ne suis pas sûre qu'il va être en ondes.

Nous avons plus d'espoir pour une série qui vient de Montréal, mais dont l'action se passe au Manitoba, à Sudbury et à Montréal et qui raconte l'histoire d'un Canadien qui a vécu dans ces trois provinces–là. Normalement, cette série devrait être en ondes d'ici deux ans, si l'auteur l'écrit et si le financement s'obtient.

Les projets sont en développement. Cependant, il ne suffit pas de vouloir pour que je puisse les mettre en ondes demain. Je peux vous dire que présentement, on a trois projets qui en sont à des étapes différentes de développement et qui nous permettraient de montrer des groupes francophones hors Québec dans des dramatiques canadiennes.

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): I want to welcome you to anecdotal morning, because I'm not here to decide whether a particular brand of programming is in good taste. I don't think I'm an arbiter of good taste, and I don't think I'm a travel agent in the sense that I can decide which room is appropriate for various personnel of your corporation. Notwithstanding all these anecdotes, I want to get down to something that might be reduced to something objective.

I note that you have had a number of people here as observers from your corporation during the course of these hearings. One of the factors that we have consistently heard from the other broadcasters—I'm talking about TV broadcasters at this point—is that in their opinion CBC has its own accounting practices that are difficult for the private sector to comprehend; that is, the cost factor that is attributed to a particular unit of broadcasting by CBC is not comprehensible to those in the industry from the private side.

You've also said here this morning—and this is the other factor that has been raised—that the CBC does not use tax funds to compete with other broadcasters. Obviously you're quite aware of what has been said by other broadcasters, specifically CTV.

[*Translation*]

Maybe it's also a bit true here. On French television, in prime time, the popular serial dramas that you produce reflect what happens in Quebec—at least, that's what we were told—rather than what happens in the Prairies or the Maritimes. We hear that the CBC should foster a better understanding between the different parts of Canada. In the CBC's news, there is never any mention of the official Opposition. It's very very seldom that the CBC does mention it. It means that the rest of Canada never, or almost never, hears about the official Opposition.

Mrs. Fortin: Let me take the example you gave, the popular drama series. I am not a *téléromans* writer, but I know that it's very difficult to put on air a popular drama series which is produced according to usual standards.

We are developing a couple of those *téléromans* where the story takes place in francophone regions outside Quebec. Perhaps I should say we are, we have been, or we shall be perhaps developing. . . We were developing a program where the story was taking place in a francophone region of Ontario, in cooperation with TVOntario. At the moment, the project is on ice. Will it be taken up again? I hope so, but I am not sure whether we'll be able to put it on air.

We are more hopeful about a series which is produced in Montreal but tells the story of a Canadian who lived in Manitoba, in Sudbury and in Montreal. If all goes well, this series should be broadcast in two years time, that is if the author can write it and if we get the financing.

There are projects being developed. However, it's not enough to want to do it and to be able to put them on air tomorrow. I can tell you that, right now, there are three projects which are at various stages of development and which would allow us to show francophone groups outside Quebec in Canadian dramas.

M. Gallaway (Sarnia—Lambton): Je tiens à vous souhaiter la bienvenue à une séance consacrée aux anecdotes, même si je ne suis pas ici pour décider si un certain type de programmes est de bon goût ou non. Je ne pense pas être un arbitre du bon goût et je ne pense pas non plus avoir les compétences d'un agent de voyage, en quelque sorte, pour décider quel est le cadre qui convient le mieux aux divers personnels de votre société. Mettons de côté toutes ces questions anecdotiques, ce qui m'intéresse, ce sont des sujets dont on peut tirer quelque chose d'objectif.

Je remarque qu'un certain nombre d'employés de la Société ont assisté à ces audiences à titre d'observateurs. Un des points qui a été relevé pratiquement par tous les autres diffuseurs—je parle ici des télédiffuseurs—c'est que, à leur avis, la SRC a ses propres pratiques comptables qu'il est difficile pour le secteur privé de comprendre; en d'autres mots, les représentants du secteur privé de l'industrie ne comprennent pas comment sont calculés les coûts attribués à une certaine unité de diffusion par la SRC.

Vous avez également déclaré ici ce matin—et c'est l'autre point qui a été soulevé—que la SRC n'utilise pas de recettes fiscales pour faire de la concurrence aux autres diffuseurs. Je suis sûr que vous savez très bien ce qu'ont dit les autres diffuseurs, particulièrement CTV.

[*Texte*]

My question is quite simple: how can you convince us and Canadians that what you're saying, that you do not intrude artificially into the marketplace, is in fact the truth?

Mr. Manera: First, with regard to the accounting methods used by the CBC, they're not our methods. They are called generally accepted accounting principles, and they are basically the principles established by the CICA, the Canadian Institute of Chartered Accountants. So we don't invent those principles. Also, the Auditor General audits our books to ensure that we comply with those principles. So if private broadcasters have difficulty in following our accounting, perhaps they should take an accounting course and learn about generally accepted accounting principles.

Number two, it's interesting that they have difficulty in following our annual reports, because I tried to find out how they account for their expenses, and it's really interesting that CTV does not publish an annual report. I was trying to learn something from them. If our books are so lousy, maybe I should look at theirs. They don't publish an annual report at all. So how do we know how they keep their books?

Also, CTV benefits from taxpayer subsidies, because it is a beneficiary indirectly of Telefilm funds. So let's not say that no tax dollars are invested in CTV.

I'm sorry; I forgot your second question.

Mr. Gallaway: How can you convince us that what you are saying, that you do not intrude into the marketplace artificially, is in fact the truth?

• 1110

Mr. Manera: I said that we don't use taxpayer funds to compete unfairly against the private sector. The proof is that we make a profit. If we did not make a profit, then it could be argued that part of our tax appropriation for Parliament was being used to compete against the province. However, given that we make a profit, then that clearly demonstrates there are no tax dollars going to pay for these rights.

More fundamentally than that, if anyone had a legitimate claim that we compete unfairly there is a federal competition bureau whose task it is to adjudicate the claims of unfair competition. So if CTV or any other broadcaster felt there was unfair competition, they should file a complaint. They've known this for years; they never filed a complaint. So this demonstrates that they know that their case doesn't hold water.

Mr. Gallaway: You told us about your recent four-day trip across Canada. I heard you talk in your opening statement about Canadians convincing you that there must be a strong CBC presence on the airwaves. I think most of the people around this table also have some contact with Canadian people, but I don't know that we're hearing the same thing. Once again, this is subjective on my part.

[*Traduction*]

Ma question est très simple: comment pouvez-vous nous convaincre, nous, ainsi que les Canadiens, que vous dites vrai lorsque vous prétendez que vous ne vous immiscer pas sur le marché sous de fausses couleurs?

M. Manera: Tout d'abord, en ce qui concerne les méthodes comptables utilisées par la SRC, il ne s'agit pas de méthodes qui nous sont propres. On les appelle les principes comptables généralement reconnus, et il s'agit fondamentalement des principes établis par l'ICCA, l'Institut canadien des comptables agréés. Nous ne les inventons donc pas. Par ailleurs, le vérificateur général vérifie nos livres comptables pour s'assurer que nous respectons ces principes. Par conséquent, si les diffuseurs privés ont quelques difficultés à comprendre notre comptabilité, ils devraient peut-être prendre un cours de comptabilité et apprendre les principes comptables généralement reconnus.

Deuxièmement, je trouve intéressant qu'ils aient de la difficulté à comprendre nos rapports annuels, car j'ai essayé de savoir comment ils comptabilisent leurs dépenses et j'ai été fort étonné de voir que CTV ne publie pas de rapport annuel. J'ai essayé d'aller chercher chez eux des informations utiles. Si nos livres comptables sont si mal tenus, peut-être devrions-nous voir comment ils tiennent les leurs. Ils ne publient aucun rapport annuel. Comment pouvons-nous donc savoir comment leurs livres sont tenus?

D'autre part, CTV bénéficie de l'argent des contribuables car cet organisme reçoit indirectement des fonds de Téléfilm. On ne peut donc pas dire qu'il n'y a pas un cent d'impôt dans les fonds dont dispose CTV.

Excusez-moi; j'ai oublié quelle était votre deuxième question.

M. Gallaway: Comment pouvez-vous nous convaincre que vous dites vrai lorsque vous prétendez que vous ne vous immiscez pas sur le marché sous de fausses couleurs?

M. Manera: J'ai dit que nous n'utilisons pas l'argent des contribuables pour faire une concurrence déloyale au secteur privé. La preuve, c'est que nous faisons des bénéfices. Si nous n'en faisions pas, on pourrait alors prétendre que nous utilisons une partie de nos crédits parlementaires pour concurrencer le secteur privé. Toutefois, étant donné que nous faisons des bénéfices, cela démontre clairement que nous n'utilisons pas un cent de l'argent des contribuables pour acquitter ces droits.

Mais, ce qui est plus fondamental, si quelqu'un avait une raison fondée de dire que nous faisons de la concurrence déloyale, il existe dans l'appareil fédéral un Bureau de la politique de concurrence qui est chargé de juger les cas de concurrence déloyale. Si donc CTV ou tout autre diffuseur estimait que nous faisons de la concurrence déloyale, il devrait déposer une plainte. Cela fait des années qu'ils sont au courant de la situation. Ils n'ont jamais déposé de plainte. Cela démontre donc qu'ils savent très bien que leurs accusations ne tiennent pas debout.

M. Gallaway: Vous nous avez parlé de votre récent voyage de quatre jours à travers le Canada. Je vous ai entendu dire dans vos remarques liminaires que les Canadiens vous ont convaincu que la SRC devait conserver une place prépondérante sur les ondes. Je pense que la plupart des gens qui siègent autour de cette table ont également des contacts avec les Canadiens, mais je me demande si nous entendons la même chose. Encore une fois, il s'agit d'une opinion subjective.

[*Text*]

How would you change the statutory mandate of the CBC, or are you in agreement with the way it is as it's set out? It's a hypothetical question.

Mr. Manera: On the first point, I said I went across the country and that these four days were one of many such visits that I made from St. John's, Newfoundland, to Vancouver. I visited every major city in between over the last few months.

I would not want to suggest that Canadians tell me they don't have any complaints about the CBC. As I said in my opening remarks, one of the biggest complaints I get concerns why we still have American programs when they're available elsewhere. We're trying to address that with our plan.

Leaving aside these specific complaints, I think there's a fundamental attachment and a belief that the CBC does play a role. It could play a better role, but it does play a role in bringing Canadians together.

How would I change the mandate? Mr. Chairman, that is a very difficult question. I believe in the mandate. I think that when Parliament drafted a mandate in 1991 after hearing from Canadians from across the country and members of Parliament from all political parties, the kinds of compromises that were needed were made. What you have there is a fairly good reflection of what the people of Canada think the CBC should be doing.

Our board and our senior management believes in the mandate, but it's not for us to decide what the mandate should be. The Parliament of Canada does that. Parliament may decide to change the mandate and we are the servants of the people. I'm not here to propose or recommend changes to the mandate.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Mr. Manera, I'm going to move now to an exploration of privatization in your document.

In early June Mr. Dupuy explained to the committee that indeed the CBC would get more bang for its buck by turning over some aspects of the operation to the private sector. However, you went on for ten pages in your document explaining why you couldn't do that. You wouldn't even look, perhaps, at why you could.

Mr. Manera, telecommunications is a booming, billion–dollar industry worldwide. It seems to me that everybody is jumping in for a swim, but there's the CBC standing at the edge of the beach with its toe in the water and it's afraid to jump in.

• 1115

I'm going to talk now a little bit about alternative funding sources. And if indeed, Mr. Manera, that means a tax grab, then if I am not indeed your worst nightmare at this point in time you will find me come to be that, because I absolutely and unequivocally reject an alternative funding source, meaning further taxation on Canadians, an entertainment tax, and also RDI, and the thrust of my question is going to be with respect to RDI.

[*Translation*]

Quelle modification apporteriez–vous au mandat légal de la SRC, ou la manière dont il est actuellement formulé vous convient–elle? C'est une question hypothétique.

M. Manera: En ce qui concerne le premier point que vous avez soulevé, j'ai dit que ce voyage de quatre jours à travers le pays était l'un des nombreux voyages qui m'ont déjà mené de St. John's, à Terre–Neuve et à Vancouver. Je me suis rendu dans toutes les villes d'importance d'un océan à l'autre au cours des derniers mois.

Loin de moi l'idée de suggérer que les Canadiens n'ont aucune plainte à formuler à l'endroit de la SRC. Comme je l'ai déclaré dans mes remarques liminaires, une des critiques les plus vives que l'on m'a faites, c'est que nous diffusons encore des émissions américaines alors qu'elles sont disponibles ailleurs. Nous essayons de résoudre ce problème dans notre plan.

Mises à part ces critiques spécifiques, je pense que le public est fondamentalement attaché à la SRC et qu'il est convaincu que la Société joue un rôle dans le système. Elle pourrait faire mieux, mais la SRC joue bel et bien un rôle lorsqu'il s'agit de rassembler les Canadiens.

Quelle modification apporterais–je au mandat? Monsieur le président, c'est une question très difficile. Je crois au bien–fondé du mandat. De mon point de vue, lorsque le Parlement a élaboré ce mandat en 1991 après avoir pris l'avis de tous les Canadiens d'un océan à l'autre, ainsi que celui des députés de tous les partis politiques, les compromis qui étaient nécessaires ont été faits. Le mandat qui existe actuellement reflète donc assez justement ce que la population canadienne estime que la SRC devrait faire.

Notre conseil d'administration ainsi que les membres de la haute direction sont convaincus du bien–fondé du mandat, mais ce n'est pas à nous de décider ce qu'il devrait être. C'est le rôle du Parlement du Canada. Le Parlement peut décider de modifier le mandat, quant à nous, nous sommes au service de la population. Je ne suis pas ici pour proposer ni recommander des modifications au mandat.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Monsieur Manera, je vais maintenant passer à la façon dont vous envisagez la privatisation dans votre mémoire.

Au début du mois de juin, M. Dupuy a déclaré à ce comité qu'il était vrai que la SRC en aurait beaucoup plus pour son argent si elle déléguait au secteur privé la responsabilité de certains secteurs d'activité. Toutefois, dans votre mémoire, vous prenez dix pages pour expliquer pourquoi vous ne pourriez pas procéder ainsi. Peut–être avez–vous refusé de voir pourquoi vous pourriez, au contraire, le faire.

Monsieur Manera, les télécommunications sont dans le monde entier une industrie en pleine expansion où l'on brasse des milliards de dollars. Il me semble que tout le monde se jette à l'eau et qu'il n'y a que la SRC qui reste sur le bord parce qu'elle a peur de se mouiller.

J'aimerais maintenant parler des autres sources de financement. Si, monsieur Manera, vous entendez par là une augmentation des taxes, je ne cesserai de vous harcelez, car je suis résolument et catégoriquement contre toute autre source de financement se traduisant par une augmentation des taxes pour les Canadiens et Canadiennes, contre une taxe sur les loisirs et contre le RDI. Ma question porte d'ailleurs principalement sur le RDI.

[*Texte*]

In early June, in fact on June 6, the CRTC approved the CBC's application to provide this speciality French language service, RDI, which is *Le réseau de l'information*, and it announced that in terms of distribution RDI would have dual carriage status. That means RDI must be distributed by cable undertakings on the basic service unless the CBC consents to have it distributed on a discretionary basis. At that time, on June 8, *La Presse* reported that RDI's distribution outside Quebec will not be obligatory; indeed, it will be discretionary. However, recently, in fact in *Le Droit* of October 19, Mr. Keith Spicer has said indeed it will be obligatory as of January, and if it is not he will move in to explain how and why that will happen.

Mr. Manera, did you at any time speak to Mr. Spicer about the distribution of RDI in terms of whether or not it would be discretionary or obligatory? Because there certainly seems to be a shift now in emphasis, if not indeed activity, with respect to RDI and whether or not it will be discretionary. It's now going to be obligatory. Did you speak to Mr. Spicer on this issue?

Mr. Manera: Mr. Chairman, I'll try to take the questions in the order in which they were asked.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): RDI is the one.

Mr. Manera: To start with your first one about privatization, as I've said in my earlier comments, we have no dogmatic position in favour or against privatization. Where it works we'll do it. Where it doesn't work we won't do it. But there seems to be a sort of dogma that is running through society right now that privatization is all good, and public service is all bad. We reject that. If you look, for example, at our current budget, over 48% of our current budget is spent through the private sector, so we have no lessons to learn from any one on that. The broadcast centre that we built in Toronto, one of the most complex buildings, technologically as well as in terms of its financing, was built in collaboration with the private sector.

If you look at questions of general policy, look at the health care system: the U.S. health care system is privatized, and the Canadian health care system is publicly funded. And if you look at the costs per capita in the U.S., they are far higher than they are in Canada. And there are 37 million who are not—

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Mr. Manera, the health care system has no relevance here.

Mr. Manera: I'm giving an example of why it's a myth, a fallacy, to suggest that the private sector can always do things more efficiently. That is not always the case.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I didn't ask you that. I asked you to identify or explain to me why, in your documentation, you have only looked at why you can't privatize, not why you can. It's wonderful for you to make a profit, Mr.

[*Traduction*]

Au début du mois de juin, en fait le 6 juin dernier, le CRTC a approuvé la proposition déposée par Radio–Canada concernant le service spécialisé de langue française RDI, c'est–à–dire *Le réseau de l'information* et a annoncé que la distribution du RDI serait double. Cela signifie que les émissions du RDI seraient distribuées dans le cadre des services de base offerts par les câblodistributeurs, sauf si Radio–Canada accepte qu'il soit distribué sur une base volontaire. Au moment de l'annonce de la décision, le 8 juin, *La Presse* signalait que la distribution du RDI ne serait pas obligatoire à l'extérieur du Québec; de fait, elle est optionnelle. Mais récemment, en fait dans *Le Droit* du 19 octobre, M. Keith Spicer déclarait que la distribution du RDI serait obligatoire à compter du mois de janvier et que, si ce n'était pas le cas, il s'engageait à en donner les raisons.

Monsieur Manera, avez–vous discuté avec M. Spicer de la distribution facultative ou obligatoire du RDI? Il semble en effet que l'on assiste à un changement en ce qui concerne l'importance, voire même l'activité, du RDI et son statut. Il semble désormais que la distribution en sera obligatoire. Avez–vous abordé cette question en compagnie de M. Spicer?

M. Manera: Monsieur le président, je vais essayer de répondre aux questions dans l'ordre où elles m'ont été présentées.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Ma question concerne le RDI.

M. Manera: Je vais commencer par votre première question concernant la privatisation. Comme je l'ai dit dans mes premiers commentaires, nous n'avons pas de position dogmatique pour ou contre la privatisation. C'est une formule pour laquelle nous optons uniquement quand elle donne de bons résultats. Or, on semble actuellement croire que la privatisation est parée de toutes les vertus, alors que la fonction publique n'a que des défauts. Nous avons un point de vue différent. Si vous consultez par exemple notre budget actuel, vous constaterez que plus de 48 p. 100 est consacré à nos activités dans le secteur privé. Par conséquent, nous n'avons de leçons à recevoir de personne à ce sujet–là. C'est en collaboration avec le secteur privé que nous avons construit à Toronto le centre de radiodiffusion, un immeuble des plus complexes sur le plan de la construction et de la technologie, ainsi que sur le plan du financement.

Prenons un exemple de politique générale, celui de la santé: le système de soins de santé américain est privatisé alors que le système canadien est financé par l'État. Pourtant, les coûts par habitat du système américain sont beaucoup plus élevés que ceux du système canadien. Et il y a 37 millions qui ne sont pas. . .

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Monsieur Manera, la santé n'a rien à faire ici.

M. Manera: C'était un simple exemple pour vous expliquer que c'est un mythe et une erreur de croire que le secteur privé fait toujours les choses de manière plus rentable. Je peux vous dire que ce n'est pas toujours le cas.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Ce n'est pas ce que je vous ai demandé. Je voulais que vous me disiez pourquoi, dans votre documentation, vous vous en tenez à ce que vous ne pouvez pas privatiser et non pas à ce qui peut l'être. Monsieur

[*Text*]

Manera. You get a billion dollar plus of taxpayers' dollars and you're playing both in the private sector and in the public sector. I am happy to hear that you make a profit on that basis, but for me that is no argument.

Mr. Manera: I disagree that the document suggests we did not look at privatization. The document did look at privatization. All I'm saying is that when you're already doing 48% through the private sector, how much more can you go? We're not going to do it just to be able to say we've privatized this, and then end up costing more to the taxpayer. We're only going to do it where there is an advantage to the taxpayer. That's our position, and if somebody can show us things that are not now privatized and can be done more cheaply through the private sector, we'll look at them. We've always been open to that.

On the second question, alternative sources of funding, this is very important. The CBC is not seeking additional funding. We are seeking alternative sources of funding. And it is not up to us to advocate how the Minister of Finance ultimately decides on the tax scheme of the country. We are simply saying we are responding to the suggestion that by tapping other sources we can reduce our dependence on advertising. If that comes to pass we'll be happy to do it, but we are not advocating taxation and we are not seeking additional money. In fact, the whole plan is based on spending less money from the taxpayer.

[*Translation*]

Manera, je suis ravie que vous fassiez des profits. Vous recevez plus d'un milliard de dollars provenant directement des poches des contribuables et vous travaillez aussi bien dans le secteur privé que dans le secteur public. Je suis ravi de vous entendre dire que cela vous permet de faire des profits, mais pour moi, ce n'est pas un argument.

M. Manera: Contrairement à ce que vous affirmez, nous nous sommes penchés sur la privatisation. Le document aborde la question de la privatisation. Je me demande tout simplement si nous pouvons accroître notre collaboration avec le secteur privé quand on sait que 48 p. 100 de nos activités se font déjà avec lui. Nous refusons de privatiser certaines de nos activités pour le principe, car cela aurait pour effet de dépenser une plus grande partie de l'argent des contribuables. Nous privatisons nos activités uniquement lorsque cela s'avère plus avantageux pour le contribuable. Voilà notre point de vue et nous sommes prêts à étudier toutes les possibilités de privatisation susceptibles de nous permettre de faire des économies. Nous ne fermons jamais la porte à ce genre de chose.

La deuxième question concernant les autres sources de financement est très importante. La SRC ne cherche pas à obtenir des crédits supplémentaires. Nous recherchons d'autres sources de financement. Ce n'est pas à nous de conseiller le ministre des Finances au sujet de ces mesures fiscales. Nous affirmons tout simplement que nous étudions la suggestion qui nous a été faite de solliciter d'autres sources de financement afin de réduire notre dépendance à l'égard de la publicité. Nous serions très heureux que cela soit possible, mais nous ne préconisons pas la taxation et nous ne réclamons pas de crédits supplémentaires. De fait, tout notre plan vise à dépenser une part moins importante de l'argent des contribuables.

• 1120

With regard to *Réseau de l'Information*, we are now proceeding by talking to cable distributors across the country on a voluntary basis, because we also do not like the notion of compulsory carriage. We are making excellent progress and we are confident before the service goes on air, or soon thereafter, we'll have enough understanding across the country to ensure that service is widely available.

Did I speak to Mr. Spicer about that? The answer is no. Whatever submissions were made on *Réseau de l'Information* were made at the publicly held hearings that took place before the CRTC. That is where we still stand.

The Chair: I might actually ask a few questions myself and then we'll come back here and then over to Mr. Ianno.

I suppose what interests me in all of this is the Broadcasting Act and the mandate. I've looked at it quite a lot now and I'm struck by a couple of paradoxes. I suppose the first question I might ask is whether the Broadcasting Act is supposed to be accomplished by each of the services standing by itself.

Let me start with radio. If you take radio, both AM and FM, do they fulfil the conditions of the Broadcasting Act?

Mr. Manera: That's a good question, Mr. Chairman.

Pour ce qui est du *Réseau de l'information*, nous entamons actuellement des pourparlers avec les câblodistributeurs du pays, sur une base volontaire, étant donné que nous non plus, nous n'aimons pas l'idée de la distribution obligatoire. Nous faisons d'excellents progrès et nous pensons bien être en mesure de conclure des ententes dans tout le pays pour que le service soit offert partout, dès son entrée en fonction ou peu de temps après.

Ai–je abordé cette question avec M. Spicer? Absolument pas. Toutes les propositions concernant le *Réseau de l'information* ont été faites publiquement au cours des audiences du CRTC. Voilà où nous en sommes.

Le président: J'ai quelques questions à poser moi–même avant de revenir sur le sujet et de donner la parole à M. Ianno.

Ce qui m'intéresse dans tout cela, c'est la Loi sur la radiodiffusion et le mandat. Je les ai examinés dans tous les sens et j'y ai trouvé quelques paradoxes qui m'ont étonné. J'aimerais vous demander, tout d'abord, si chacun des services doit, isolément, s'efforcer de respecter la Loi sur la radiodiffusion.

Prenons d'abord l'exemple de la radio. Est–ce que la radio AM et la radio FM respectent les conditions exposées dans la Loi sur la radiodiffusion?

M. Manera: Voilà une bonne question, monsieur le président.

[*Texte*]

The Chair: If they don't, I guess we'd better hear about it.

Mr. Manera: I believe they do and so do the television services. However, we have in the past—again, based on financial considerations—looked at the complementarity of the two mediums and where it makes sense we've done that. I think to the extent there are certain things more appropriately done through radio, because radio is a different medium, we've looked at that and we are still looking at it.

Radio is very much of a local medium in that its strength is derived from the local audience. It is very much a medium that is mobile. There are a lot of listeners who listen to the radio in their car. So they're two different mediums. Where complementarity is possible, we've looked at that.

The Chair: I guess what I am getting at is if the radio services meet the mandate of the Broadcasting Act, broadly defined—that is to say, they do the range of things that is laid out—and yet there are all sorts of things they haven't been doing since they refocused in 1974... They've found a niche. It seems you are now applying a whole different set of arguments to English television.

The paradox I am trying to deal with is how you use one set of arguments with the radio services... By the way, when we get correspondence from the Friends of Canadian Broadcasting—and I think I speak for the other members of the committee as well—they focus particularly on the radio side: "Don't touch the radio side". So you have enormous loyalty there.

The paradox I have is this. Why is it the television sector seems to have to interpret the Broadcasting Act in a different way than the radio sector? If you can focus the radio sector, as you did in 1974, so that, for example, on radio you don't give nearly the coverage of sports that you do on television, you do the hockey games and you do sports coverage briefly... But you seem to shift gears and talk about mainstream in a way that doesn't seem to apply to the radio side. Since they are both being governed by the Broadcasting Act, do you see this little paradox I am chewing away at here?

Mr. Manera: Sure, yes. I don't think we are entirely satisfied with our audience profile of radio. We've indicated in our plan, for example, there are what we customarily refer to as "black holes" in radio, both in terms of regions and also in terms of demographics. We are not happy we are not reaching as much of the younger audience in radio as we would like. So while radio is praised and we are very proud of it, we are not absolutely positive that it is meeting all the requirements we would like it to meet.

The Chair: But the point is that generally speaking people seem to be more satisfied—in terms of audience, in terms of loyalty, in terms of who gets in touch with us—with radio than they are with English television. That's where the whole focus of criticism is.

[*Traduction*]

Le président: Si ces conditions ne sont pas respectées, le Comité ferait bien de se pencher sur la question.

M. Manera: Je suis convaincu que les conditions sont respectées, de même que dans les services de télévision. Cependant, nous avons déjà examiné—toujours pour des raisons financières—la complémentarité des deux services et, lorsque cela nous a paru logique, nous en avons tiré parti, dans la mesure où certaines choses se font mieux à la radio. En effet, la radio est un moyen d'expression différent dont nous continuons, comme par le passé, d'examiner les possibilités.

La radio est surtout un moyen d'expression local, dans la mesure où il tient sa force de son auditoire local. C'est un moyen d'expression mobile, puisque beaucoup d'auditeurs écoutent la radio dans leur voiture. Par conséquent, ce sont deux moyens d'expression différents. Nous essayons de voir dans quelle mesure ils peuvent être complémentaires.

Le président: Ce que j'aimerais savoir, c'est si les services radio respectent le mandat que leur attribue la Loi sur la radiodiffusion en général—c'est-à-dire s'ils respectent bien les conditions qui leur sont imposées—alors qu'ils ont éliminé toutes sortes d'activités depuis la redéfinition de leur orientation en 1974... Les services radio se sont trouvés un créneau. Or, il me semble que vous appliquez des principes tout à fait différents à la télévision anglaise.

Ce qui me paraît contradictoire, c'est que vous semblez appliquer certains principes aux services radio... D'ailleurs, les lettres que nous recevons de l'organisme Friends of Canadian Broadcasting—je crois que les autres membres du Comité en reçoivent autant que moi—concernent surtout la radio: «Ne touchez pas à la radio». Je crois que vous avez donc un public fidèle.

Le paradoxe est le suivant. Pourquoi le secteur de la télévision doit-il interpréter la Loi sur la radiodiffusion d'une manière différente du secteur de la radio? Si vous pouvez modifier l'orientation du secteur de la radio comme vous l'avez fait en 1974, par exemple en consacrant sur les ondes de la radio beaucoup moins de temps aux sports qu'à la télévision, puisque vous donnez peu d'information sur les matchs de hockey et le sport en général... Pour la télévision, en revanche, vous ne semblez pas appliquer les mêmes principes ni accorder la même importance à l'auditoire moyen que vous le faites à la radio. Étant donné que ces deux moyens d'expression sont régis par la Loi sur la radiodiffusion, ne pensez-vous pas que cette situation est légèrement paradoxale?

M. Manera: Je comprends. Je ne crois pas que nous soyons totalement satisfaits du profil de nos auditeurs radiophoniques. Par exemple, notre plan fait allusion à ce que nous appelons habituellement les «trous noirs» de la radio, en termes géographiques et démographiques. Nous aimerions avoir un plus grand auditoire de jeunes. Nous sommes fiers de la radio, mais malgré les éloges qu'on peut lui adresser, nous ne sommes pas certains que ce service réponde à toutes nos attentes.

Le président: Mais, de manière générale, le service radio semble donner plus de satisfaction que la télévision de langue anglaise en matière d'auditoire, de fidélité et de relations avec l'auditoire. La télévision semble être la cible de toutes les critiques.

[*Text*]

If the lessons learned by the refocus of radio in the 1970s are to be understood properly, doesn't that suggest that you might want to refocus, narrow down this broad mandate of English television in the 1990s to achieve the same results?

• 1125

The paradox is this: radio nationally gets 11% of the available radio audience and CBC English television over the 24–hour period gets about 14%; people are far less critical in this country of the fact that radio gets 11% and delivers a product that is distinctive than of the fact that English television, which has a larger audience at 14%, doesn't seem to be able to do the same thing. Can't you learn something from that and still satisfy the conditions of broadcasting?

Mr. Manera: There are all kinds of paradoxes, and part of the paradox of course is that television is a different medium. It is essentially a mass audience medium.

In looking at the audiences, the reach of the medium is also much higher on television. We're talking of a reach in television of about 16 million people, whereas in English radio it's more like 3 million or 4 million. So the reach is a different factor.

I think that one of the fundamental reasons why people complain about English television—and we should not overstate the dissatisfaction, because by and large English television does so many things for which it is praised—one of the reasons why people are dissatisfied is frankly because there is still this American content. They have every right to be dissatisfied with that. We're doing it only because of the fact that a tremendous amount of money is associated with that.

I suppose that the other reason why they are dissatisfied to some extent is because the comparison is often made with American television, which is so overwhelming and has slick values that are possible because you have a machine there that's supported by a population 12 times ours on the English side. That's another difficulty of competing in the multi–channel environment.

In radio you don't have the same thing. People in Canada don't listen very much to American radio, even the ones who live close to the border. So the dichotomy is there, but a lot of factors are at play here and it's not capable of being simply refocused, as you point out.

The Chair: My last question relates to the distinction that we've been hearing here and that you make in the documentation between the function the CBC performs in terms of citizenship, promoting public service and those kinds of values, versus the functions that are performed in terms of consumers and consumption. In the discussion about sports, it seems to me that one eventually has to return to the origins, to the Aird commission and all the rest of it, to Graham Spry.

Do you make a relative distinction between the heft and importance to the public broadcaster of say the news and information services being in terms of citizenship ultimately more important than sports?

[*Translation*]

Il y a des leçons à tirer de la nouvelle orientation qu'a subie la radio dans les années soixante–dix. Ne pensez–vous pas qu'il faudrait, dans les années quatre–vingt–dix, modifier l'orientation de la télévision de langue anglaise et lui donner un mandat moins large, afin d'obtenir les mêmes résultats?

Le paradoxe est le suivant: la radio a un auditoire de 11 p. 100 à l'échelle nationale, alors que la télévision de langue anglaise de la CBC n'obtient que 14 p. 100 par période de 24 heures; on est moins dur à l'égard de la radio qui obtient un taux d'écoute de 11 p. 100, moins élevé que le taux d'écoute de 14 p. 100 qu'obtient la télévision de langue anglaise. La radio n'est pas capable d'obtenir le même pourcentage, avec un produit différent. Est–ce que vous ne pouvez pas en tirer les conséquences et continuer à respecter les conditions que vous impose la Loi sur la radiodiffusion?

M. Manera: Il y a toutes sortes de paradoxes et un des paradoxes tient au fait que la télévision est un moyen de diffusion différent. Il s'adresse essentiellement à un auditoire de masse.

La télévision atteint un auditoire beaucoup plus vaste, qui tourne autour de 16 millions de personnes, alors que la radio de langue anglaise touche plutôt 3 à 4 millions de personnes. Par conséquent, la portée est un facteur différent.

Je crois qu'une des critiques principales que l'on adresse à la télévision de langue anglaise tient au contenu américain. C'est vraiment ce que les gens aiment le moins; il ne faut pas, toutefois, exagérer ce sentiment d'insatisfaction, car, de manière générale, le réseau anglais de la télévision propose beaucoup d'émissions qui lui valent des éloges. Les téléspectateurs ont tout à fait raison de s'insurger contre le contenu américain. Nous le tolérons parce que cela représente énormément d'argent.

Par ailleurs, je suppose que la télévision canadienne souffre de la comparaison avec la télévision américaine qui est si imposante, et qui doit son côté brillant au fait qu'elle s'appuie sur une population 12 fois plus élevée que la population anglophone du Canada. Voilà une autre difficulté que nous rencontrons au niveau de la concurrence dans le contexte multichaîne.

Pour la radio, les conditions ne sont pas les mêmes. Les Canadiens, même ceux qui vivent près de la frontière, n'écoutent pas beaucoup la radio américaine. Par conséquent, la dichotomie existe, mais il y a beaucoup de facteurs qui interviennent et la télévision ne peut pas simplement redéfinir son orientation, comme vous le proposez.

Le président: Ma dernière question porte sur la distinction qu'ont faite les témoins que nous avons entendus, et que vous faites vous–même dans votre documentation, entre la fonction civique de la SRC, son rôle de service public et les fonctions de pure consommation. Pour ce qui est des sports, il me semble qu'il faut revenir aux origines, à la Commission Aird et à Graham Spry.

Faites–vous une distinction relative entre la fonction civique du radiodiffuseur public qui consiste à donner à ses auditeurs des services de nouvelles et d'information, et son rôle moins important de divertissement qui consiste à faire la couverture des événements sportifs?

[*Texte*]

Mr. Manera: Gee, I think that's a value judgment.

The Chair: It is. Do you make it?

Mr. Manera: I think it's very important to have a balance in all our lives. If you go back into the ancient Greek philosophers, the ideal citizen was a well–rounded individual who took his civic responsibilities seriously and participated in the Senate. All citizens of Athens, as you know, participated in the Senate, at no pay of course in those days, but they also engaged in sports. This was the ideal of a well–rounded citizen. I would say the same thing about the relative importance of what we do.

A lot of the documentaries we do also contribute to that. I don't know how many of you had the opportunity last Sunday night of watching *Scales of Justice* on our English television. It was an absolutely riveting program that entertained but also educated and enlightened. It contrasted the Canadian justice system against the Swiss justice system. This was a tremendous program, a tremendous opportunity to educate people about some of the fundamental values that we hold in this country about our justice system and how those values are seen differently in other countries.

• 1130

So the notions of enlightening and entertaining at the same time are not contradictory. They happen at the same time.

The Chair: So in your mind sports is right up there as a component of citizenship with the activities of Parliament, the courts, public policy, education and children's programming? Sports is a vital component of national citizenship?

Mr. Manera: Absolutely, Mr. Chairman.

M. Plamondon: Monsieur Manera, soyons réalistes. Vous avez dit tout à l'heure que, lorsque vous vous étiez engagé à accepter le poste à Radio–Canada, vous aviez demandé qu'il n'y ait plus de coupures après le budget de 1994–1995. Vous vouliez un budget assuré pour les cinq prochaines années.

Vous dites aussi que c'est à la demande du ministère, et donc du ministre, que vous avez fait des scénarios avec 5 p. 100 de coupures possibles et 8 p. 100 de coupures possibles. Dans le dernier livre de M. Martin sur les finances, à la page 56, on dit:

Toute réduction appréciable du budget de la Société Radio–Canada nécessiterait un examen du mandat qui lui est actuellement confié.

C'est une remise en question du mandat par le ministre Martin.

Dans votre déclaration, vous avez dit ceci:

Nous ne pouvons faire plus sans éliminer des services et nous ne pouvons éliminer de services sans contrevenir. . .

. . .je dis bien le mot «contrevenir»,

à la Loi sur la radiodiffusion.

Bien sûr, on pourrait dire: Si le ministre vous ordonne de faire des coupures, nous le convoquerons au Comité, et, comme il contrevient à une loi, nous l'amènerons ici les menottes aux mains. Mais je ne crois pas que cela se produise.

[*Traduction*]

M. Manera: Je crois que vous faites un jugement de valeur.

Le président: En effet. Et vous?

M. Manera: Dans la vie, je pense qu'il faut viser un certain équilibre. Pour les philosophes grecs de l'Antiquité, le citoyen idéal était un être complet qui prenait ses responsabilités de citoyen à coeur et qui participait au débat du Sénat. Vous savez que tous les citoyens d'Athènes étaient membres du Sénat; mais à l'époque, ils n'étaient pas payés. Pour être un citoyen complet, il fallait aussi faire du sport. Nous essayons de maintenir un tel équilibre dans ce que nous faisons.

Un grand nombre des documentaires que nous produisons nous aident également à atteindre cet équilibre. Certains d'entre vous ont peut–être eu l'occasion de regarder, dimanche soir, l'émission *Scales of Justice* au réseau anglais de la télévision. C'était une émission absolument captivante, aussi éducative que divertissante. C'était une comparaison entre le système judiciaire canadien et le système suisse. C'était une émission extraordinaire et une occasion superbe d'exposer les valeurs fondamentales sur lesquelles sont bâtis les systèmes judiciaires canadiens, et de les comparer aux traitements qu'elles reçoivent dans d'autres pays.

Par conséquent, les notions d'information et de divertissement ne sont pas incompatibles. Au contraire, elles peuvent très bien coexister.

Le président: Vous mettez donc le sport sur un pied d'égalité avec les émissions à caractère civique, consacrées aux activités du Parlement, aux tribunaux, à la politique publique, à l'éducation, ainsi qu'avec les émissions pour enfants? Vous pensez que le sport est un élément essentiel de la composante civique nationale?

M. Manera: Absolument, monsieur le président.

Mr. Plamondon: Mr. Manera, let's be realistic. You said earlier, that when you accepted your position at the Canadian Broadcasting Corporation, you said that you wanted no more cuts in the 1994–95 budget. You asked for a firm budget for the coming five years.

You also said that you were asked by the department, that is by the minister, to propose different scenarios with cuts therein between 5 and 8%. The recent statement on finances by Mr. Martin on finances goes like this, page 56:

Any sizeable reduction to the Canadian Broadcasting Corporation's appropriations would require an examination of the Corporation's current mandate.

Minister Martin really puts your mandate into question.

In your statement, you said:

We cannot do more without cutting services—and we cannot cut services without being in violation. . .

I repeat "violation",

of the Broadcasting Act.

I suppose, if the minister imposes cuts on you, that we could have him appear before the Committee in handcuffs, since he is in violation of the Act. But I don't think this would be necessary.

[*Text*]

Donc, je pense que vous recevrez un ordre de couper de 5 ou 8 p. 100 puisque nous sommes en face, comme on peut le constater depuis quelques mois, du gouvernement le plus conservateur que le Canada ait jamais connu.

À partir de cela, vous nous dites à la page 55 que si c'était 5 p. 100, il y aurait un minimum de 200 millions de dollars de coupures, et que si c'était 8 p. 100, il y aurait des coupures de 300 millions de dollars, sans oublier les 180 millions de dollars qui comprennent la réduction de 100 millions de dollars qui a déjà été annoncée.

On parle de 380 à 480 millions de dollars de coupures! Je suis certain qu'en homme prévoyant, vous avez déjà dans votre poche un petit plan de coupures. Voulez–vous nous dire aujourd'hui sur quoi vous tirerez les premiers boulets rouges de ce gouvernement conservateur qui a transformé son Livre rouge en Livre bleu?

Mme Tremblay: Tout cela venant d'un ex–conservateur!

The Chair: A nice, unloaded question.

M. Manera: Mon rôle n'est pas de faire des déclarations politiques, et j'essaierai de m'en abstenir. Il faut d'abord que je vous donne une petite précision. Lors de ma nomination, l'engagement du gouvernement n'était pas de ne pas faire de coupures. L'engagement était qu'il n'y aurait pas de coupures au–delà de celles qui avaient déjà été prévues dans le budget de M. Mazankowski. Donc, il s'agit toujours de coupures importantes de 100 millions de dollars à la base. Il faut bien s'entendre là–dessus.

M. Plamondon: On s'entend. Et les autres? Le 5 p. 100 et le 8 p. 100?

M. Manera: Est–ce que j'ai des plans dans ma poche? La réponse est non. Nous avons fait des scénarios. Comme je l'ai dit, il ne s'agit pas de plans. Il s'agit de scénarios hypothétiques. Si jamais de telles coupures étaient ordonnées par le gouvernement, qui a le droit de faire cela—le Parlement a le dernier mot là–dessus—, notre conseil d'administration devrait se pencher sur la façon de composer avec cela.

Je vous dis très sincèrement que le conseil actuel, le conseil précédent, mon prédécesseur et son prédécesseur à lui ont toujours dit qu'en cas de coupures de cet ordre, le mandat de la Société serait sans aucun doute remis en question.

• 1135

Donc, il faudra décider de la façon d'aborder tout cela au moment où ces scénarios seront mis en oeuvre le cas échéant, mais ce n'est pas quelque chose que la Société planifie ou préconise.

M. Plamondon: Étant donné votre énoncé de principe quant à votre vision et à votre lecture actuelle de la télévision publique et quant à son lien avec le citoyen canadien par rapport à une télévision de consommateurs de services médiatiques, si le gouvernement vous ordonnait d'effectuer des coupures de 5 ou de 8 p. 100 en sus des coupures du budget Mazankowski à partir des scénarios de coupures que vous avez là, ce qui, selon vous, contreviendrait à la Loi sur la radiodiffusion, accepteriez–vous de mettre votre poste en jeu pour essayer d'empêcher ce gouvernement d'agir de manière à contrevenir à la Loi sur la radiodiffusion et à faire perdre à Radio–Canada le mandat qu'elle a toujours eu?

[*Translation*]

I think that you will be asked to cut from 5 to 8 percent since we can notice after a few months in power, that the present government is the most conservative one Canada has ever known.

After that, you go on to say, page 45 that a 5% reduction would translate into cuts of approximately 200 million dollars, and an 8% reduction would entail cuts of 300 million dollars. These would be on top of the 180 million dollars shortfall which contains 100 million dollars in previously announced cuts.

This amounts to cuts from 380 to 480 million dollars! I am convinced that you already have planned your cuts, being a man with foresight. Could you tell us what sectors are going to be axed first by this conservative government that exchanged its red book for a blue book?

Mrs. Tremblay: All this from a former member of the Conservative Party!

Le président: Voilà une gentille question, et qui n'est pas absolument pas piégée!

Mr. Manera: My role is not to make political statements; accordingly, I will refrain from making any such statement. However I want to give you a small precision. When I was nominated to my position, the government didn't commit itself not to make any cuts. Its commitment was to make no cuts above those already announced in Mr. Mazankowski's budget. Then, it is clear that those massive cuts of 100 million dollars still remain. This has to be clear.

Mr. Plamondon: Very well, but what about the other cuts? The 5 and 8% cuts?

Mr. Manera: If you are asking me whether I have plans in my pocket, the answer is no. We made scenarios, but as I said, those are not plans. Those scenarios are only hypothetical. If such cuts were ordered by government, which has the power to do so—Parliament has the last say in these matter—our Board of Directors would have to find a way to live with that.

I tell you honestly that the present board, the previous one, my predecessor and his predecessor have always said that such cuts would undoubtedly put in to question the Corporation's mandate.

We would then have to examine all this when those scenarios come into force; however, this has nothing to do with any plan or proposition of the Corporation.

Mr. Plamondon: According to the vision you exposed in your statement of principle, and to your understanding of public television and the role it plays for Canadian citizens by comparison to a consumer's oriented television, if the government asked you to cut 5 or 8% over and above the reductions suggested in the Mazankowski's budget, on the basis of the scenarios you have examined, that are in violation of the Broadcasting Act, as you said, would you be willing to risk your position by trying to prevent government from taking measures that are in violation of the Broadcasting Act and that would change the mandate the Canadian Broadcasting Corporation always had?

[*Texte*]

M. Manera: Monsieur le président, le gouvernement n'a pas encore pris de décision là-dessus. C'est tout ce que je sais pour le moment. Je préfère ne pas spéculer sur des scénarios hypothétiques. Mon rôle aujourd'hui est de partager notre vision avec ce Comité. C'est une vision dont le but est de bâtir et non de détruire. Le gouvernement, à un moment donné, devra prendre ses décisions. Ce n'est pas mon rôle aujourd'hui que de faire des menaces ou de spéculer sur cette question.

The Chair: As I think you said in the morning newspaper, you'll jump off that bridge when you come to it.

Mr. Manera: That's right.

The Chair: Mr. Ianno.

Mr. Ianno: Mr. Chairman, I am glad Mr. Plamondon understands when the ship's sinking and decides to jump from the Conservative side. So he understands conservatism very well.

But back to reductions and costs, I guess dealing with less and producing more is what you and your organization are trying to do. Why is it that the first time you're talking about difficulties you go to. . .? On page 45 it says:

> For example, to close the CBC Northern Service would save $27 million a year. Additional cuts like the closing of some regional television and radio stations and major reductions in network programming would also be required.

Why is it that all of a sudden this flag gets raised? Going back to valued judgment, I would like to know if you think that would be one of the first places you would cut.

Mr. Manera: No, absolutely not. That was simply intended to give an example of the order of magnitude.

When we throw these numbers around they are very unusual for the average person to understand. What does $60 million do, what does $100 million do? You're talking very large numbers. We wanted to give some sense of what that translates into.

Mr. Ianno: So out of a $1.4 billion budget, the $27 million for northern service would be.

Mr. Manera: That's right, but not because we would advocate eliminating that service—far from that.

Mr. Ianno: In terms of programming, I guess I've been watching CBC a little bit more now that I'm on this committee. I'm enjoying a lot of it, but I have some questions on some other aspects. I have walked through your building in Toronto; we'll get into that in a second.

I see some of the programs are almost American. You can't tell where they are. I go back to what Mrs. Tremblay mentioned earlier. I guess at great cost. . . I question how Canadians are seeing Canadians across the country when you're doing programming that could just as well be American.

Mr. Manera: I am not sure what programs you're referring to. I have already acknowledged that we do carry—

Mr. Ianno: I'm not talking about soap operas you've purchased; I'm talking production.

[*Traduction*]

Mr. Manera: Mr. Chairman, the government has not yet made any decision. This is all I know for the moment. I don't want to speculate on hypothetical scenarios. What I want to do today is to share my vision with the Committee. My vision focuses on building rather than on dismantling. At one point, the government will have to make decisions. But today, my role is not to make threats, or to speculate on this question.

Le président: Comme vous l'avez dit je crois dans le journal ce matin, vous franchirez ce pont quand vous serez obligé de le faire.

M. Manera: Exactement.

Le président: Monsieur Ianno.

M. Ianno: Monsieur le président, je constate que M. Plamondon se démarque des Conservateurs. Il sait qu'il faut quitter le bateau quand il coule. Il réagit comme un véritable Conservateur.

Mais revenons aux réductions et aux coûts. Je crois que vous devez essayer de produire plus avec moins. Pourquoi la première fois que vous parlez des difficultés que vous avez rencontrées. . . Voici ce que vous dites à la page 54:

> Par exemple, la fermeture du Service du Nord se traduirait par des économies de 27 millions de dollars par an. Des réductions additionnelles, notamment la fermeture de certaines stations de télévision et de radio régionales de même qu'une diminution importante de la programmation réseau, seraient également nécessaires.

Pourquoi brandir tout à coup cette menace? J'aimerais savoir si c'est un des premiers secteurs qui serait victime des compressions.

M. Manera: Absolument pas. J'ai choisi cet exemple uniquement pour donner un ordre de grandeur.

Les chiffres ne sont pas très parlant pour les Canadiens moyens. Que représentent 60 millions ou 100 millions de dollars? Ce sont des chiffres énormes. Il faut prendre des exemples pour illustrer ce qu'ils représentent.

M. Ianno: Par conséquent, avec un budget de 1,4 milliard de dollars, ce sont les 27 millions du Service du Nord qui disparaîtraient.

M. Manera: C'est exact, mais nous n'envisageons pas de supprimer ce service—loin de là!

M. Ianno: Quant à la programmation, je crois que je regarde les émissions de la SRC un peu plus souvent depuis que je fais partie du comité. J'aime beaucoup les émissions, mais je me pose des questions sur certains autres aspects. Je suis allé dans l'immeuble de la SRC à Toronto. Je vais y venir dans quelques instants.

Certaines de vos émissions ressemblent beaucoup aux émissions américaines. On a du mal à faire la différence. Je reviens à ce que disait tout à l'heure M^me^ Tremblay. Je me demande si les Canadiens se retrouvent dans ces émissions que vous produisez à grands frais, qui ressemblent tant aux émissions américaines.

M. Manera: Je ne sais pas de quelles émissions vous parlez. J'ai déjà mentionné que nous diffusons. . .

M. Ianno: Je ne parle pas des téléromans américains que vous avez achetés, mais de vos propres productions.

[*Text*]

Mr. Manera: If you're talking about our programs on English television, we now have *Side Effects*, which is very much set in a Canadian context. You can't watch that program without being exposed to current contemporary issues in the field of health care in Canada from a purely Canadian context. You can't be watching the *The Royal Canadian Air Farce* or *This Hour Has 22 Minutes* and think they are American programs.

• 1140

Mr. Ianno: I guess I was referring to *Side Effects* when I watched it Friday night, and I guess I couldn't really tell much in terms of Canadian issues—

Mr. Manera: I didn't watch it this Friday night, but I watched it the previous Friday night and I thought that the issues they were dealing with were very much—

Mr. Ianno: Contemporary international issues.

Mr. Manera: Contemporary health care issues in Canada. I mentioned earlier *The Scales of Justice*, a wonderful, wonderful program.

Mr. Ianno: I saw that. Let me go on—

Mr. Manera: If you want to watch it, we'll send you the video.

Mr. Ianno: I saw that thing.

In terms of the cost of the building, what is the rent that you pay each year?

Mr. Manera: I'd be happy to ask Mr. Cotsman, our vice–president of finance, to answer some of those questions, but while we're waiting for him I might point out that with regard to the broadcast centre, Mr. Chairman, a lot has been written about that, as you know, and in fact there is even something about it today in the *The Globe and Mail*, but I should point out that the finances of that centre have been reviewed by Treasury Board. The original approval was given by the federal cabinet. Every year the Auditor General checks every last cent spent on the project and so far we've got a clean bill of health from everybody. We're very proud of that centre. I think Mr. Cotsman can shed some light on your specific question.

Mr. Stephen Costman (Vice–President, Finance and Administration, Canadian Broadcasting Corporation): In terms of the rent we're paying for the building as outlined in our annual report, in the first year we paid $28 million. It's escalating about 7% a year for the next ten years. It will cap out at about $52 million, and after that time the rate will be determined by the amount necessary to service the debt and interest. When we estimated that at March 31, 1994, it would have been less than $50 million a year.

Mr. Ianno: What would have been $50 million a year less?

Mr. Cotsman: The amount that we'll have to pay after the first 10 years where it's set, going from $28 million up to $52 million. The amount we'll pay for the balance of the lease will be calculated at that time, and based on assumptions that we made at the end of March 1994 it would have been something less than $50 million a year in annual rental fees.

[*Translation*]

M. Manera: Parmi les émissions que nous vous proposons sur le réseau de télévision anglais, il y a *Side Effects*, une émission qui reflète bien le contexte canadien. Il est impossible de regarder cette émission sans être exposé aux enjeux actuels de la santé au Canada, dans un contexte purement canadien. Quant aux émissions *The Royal Canadian Air Farce* ou *This Hour Has 22 Minutes*, il est impossible de les prendre pour des émissions américaines.

M. Ianno: Je voulais dire que j'ai regardé *Side Effects* vendredi soir et, pour ce qui est des questions canadiennes, je ne voyais pas vraiment. . .

M. Manera: Je ne l'ai pas regardé ce vendredi, mais je l'ai vu le vendredi d'avant, et j'ai trouvé que les questions traitées étaient tout à fait. . .

M. Ianno: Des questions contemporaines internationales.

M. Manera: Les problèmes de santé contemporains au Canada. J'ai parlé tout à l'heure de *The Scales of Justice*, une émission vraiment excellente.

M. Ianno: Je l'ai vue. Permettez–moi de continuer. . .

M. Manera: Si vous voulez la regarder, nous vous enverrons la bande vidéo.

M. Ianno: Je l'ai vue.

Pour ce qui est du coût de l'édifice, que payez–vous en loyer chaque année?

M. Manera: Je vais me faire un plaisir de demander à M. Cotsman, notre vice–président aux Finances, de répondre à certaines des questions. En attendant, je voudrais signaler, monsieur le président, que l'on a écrit beaucoup de choses au sujet du centre de radiodiffusion, comme vous le savez; en fait, il y a même un article à son sujet dans le *Globe and Mail* d'aujourd'hui. Je tiens à dire que le Conseil du Trésor a examiné les finances de ce centre. C'est le cabinet fédéral qui a donné son accord au départ, et chaque année le vérificateur général vérifie toutes les sommes consacrées au projet jusqu'au dernier sous. Jusqu'ici, nous avons toujours eu un bon bulletin. Nous sommes très fiers de ce centre. Je crois que M. Cotsman peut répondre plus précisément à votre question.

M. Stephen Costman (vice–président, Finances et Administration, Société Radio–Canada): Au cours de la première année, le loyer de l'édifice nous a coûté 28 millions de dollars, comme vous pouvez le lire dans notre rapport annuel. L'augmentation sera d'environ 7 p. 100 par an pendant les 10 prochaines années, jusqu'à un plafond d'environ 52 millions de dollars. Par la suite, le taux sera fonction du montant nécessaire pour le service de la dette et les intérêts. D'après les estimations au 31 mars 1994, le chiffre aurai été inférieur à 50 millions de dollars par an.

M. Ianno: Qu'est–ce qui aurait été inférieur à 50 millions de dollars?

M. Cotsman: Le montant que nous devrons payer après les 10 premières années, une fois qu'on sera passé de 28 millions à 52 millions de dollars. La somme à verser jusqu'à la fin du bail sera calculée à ce moment–là; d'après les estimations que nous avons effectuées à la fin de mars 1994, le loyer devrait être un peu inférieur à 50 millions de dollars par an.

[*Texte*]

Mr. Ianno: What was the cost before the building was put together in terms of the rental space required for the CBC operation in the Toronto region?

Mr. Cotsman: Really we should check this number for you, but I think that probably the last full year it was renting at about $18 million or $19 million, I would guess.

Mr. Ianno: With no escalation to $50 million.

Mr. Cotsman: Actually that escalation was assumption where we thought actually it would cost up to that amount if we were to stay in existing space. The problem, if you've ever visited there, was that in the old space it needed a tremendous investment just to keep going because those buildings were getting very run down, the Jarvis Street one in particular. We also needed to upgrade a lot of the technical equipment, and routing, and everything else that's associated with that space. We would have needed a tremendous investment even if we stayed in the space.

Mr. Ianno: In terms of programming, we saw some of the groups who came before us like the Inuit who said that produce programming and sometimes they have difficulty getting it on air, and even though they do have many languages I also would like my children some day to see programs about the north with subtitles. What are we doing to get that? Plus, I see on one of your pages here it talks about English and French. When you consider half the population are Canadians of other origins living in Canada, and watching how they prosper and mix with Canadian society overall, are we going to be seeing any of that?

Mr. Manera: That's a very good question, Mr. Chairman, and I'm pleased to respond. One of the things that we definitely want to improve—not that we haven't done anything in that area, we've done a lot, but we know we have to do a lot more—is to reflect, more completely, contemporary Canadian society. This is a society that is evolving quite rapidly. It is no longer a society simply made up of the traditional white people, either English or French. There are a lot of us who came to this country from overseas, and a lot more who are arriving, and we are not, at this point, as reflective of that reality as we would like to be. It is part of our objective to improve on that. We're working very hard on that.

• 1145

I think that fundamentally our role, however, has to focus on ways to build a sense of common purpose, not force everybody to a melting pot, but at the same time not *cloisonné* or ghettoize groups. It's trying to find that balance. We're very sensitive to that and we hope, four years from now, if our plans come to fruition you will see a definite difference.

The Chair: Does anyone have an absolutely burning question? Mr. Manera has been very kind to give us extra time, but I'm just trying to balance the general feelings of the committee. Do you have a burning question?

[*Traduction*]

M. Ianno: Quels étaient les coûts avant que vous n'aménagiez le bâtiment, et que vous ne louiez des locaux pour Radio–Canada dans la région de Toronto?

M. Cotsman: Il faudrait que je vérifie les chiffres mais je dirais que pour la dernière année, le loyer était de l'ordre de 18 ou 19 millions de dollars.

M. Ianno: Et ne devait pas augmenter jusqu'à 50 millions de dollars.

M. Cotsman: En fait, nous avons pensé que c'est ce que nous devrions dépenser de toute façon pour rester dans les locaux existants; c'est de là que vient cette augmentation. Je ne sais pas si vous êtes jamais allé dans les anciens locaux, mais nous avions énormément de frais, simplement pour fonctionner normalement, parce que les bâtiments étaient en très mauvais état, surtout celui de la rue Jarvis. Il fallait aussi remplacer ou améliorer une grande partie du matériel technique, et le routage et tout le reste. Il aurait fallu un investissement considérable, même si l'on était resté là–bas.

M. Ianno: Pour ce qui est des émissions, certains des groupes qui ont comparu devant nous, les Inuit par exemple, nous ont dit qu'il leur était parfois difficile d'obtenir du temps d'antenne pour les émissions qu'ils produisent, et bien qu'ils aient beaucoup de langues différentes. J'aimerais moi aussi que mes enfants puissent voir un jour des émissions sur le Nord, avec des sous–titres. Que faisons–nous pour cela? De plus, je vois sur l'une des pages de votre document que l'on parle de l'anglais et du français. La moitié de la population canadienne est composée de personnes venues d'ailleurs, qui ont réussi à prospérer et à s'insérer dans la société canadienne. Allez–vous nous montrer ça?

M. Manera: C'est une excellente question, monsieur le président, à laquelle je suis très heureux de répondre. Nous voulons absolument améliorer les choses—non pas que nous n'ayons rien fait à cet égard; nous avons fait beaucoup mais nous ne sommes pas encore au bout de nos peines—afin d'être un reflet plus exact de la société contemporaine canadienne. C'est une société qui évolue très rapidement. Ce n'est plus une société composée des Blancs traditionnels, anglais ou français. Beaucoup d'entre nous sont venus de l'étranger, et il en arrive encore beaucoup. Pour l'instant, nous ne reflétons pas cette réalité autant qu'il le faudrait. Nous avons l'intention d'améliorer la situation sur ce point, et nous nous y employons activement.

Je crois cependant que notre rôle fondamental est aussi de favoriser le sentiment d'appartenance à la société canadienne, non de forcer tout le monde à entrer dans le «melting pot», mais sans pour autant faire de cloisonnements entre les groupes, de ne pas créer de ghettos. Il faut trouver un juste équilibre. Nous y sommes sensibles et nous espérons que dans quatre ans, si nos plans aboutissent, vous verrez la différence.

Le président: Quelqu'un a–t–il une question absolument brûlante à poser? M. Manera a accepté de nous donner un peu plus de temps mais j'essaie de voir ce que pensent dans l'ensemble les membres du comité. Avez–vous une question brûlante?

[*Text*]

Mrs. Brown (Calgary Southeast): It's just a question I wanted to ask, but—

The Chair: Sure, go ahead.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Okay. Thank you, Mr. Chairman.

First of all I would like to preface it with a comment. Mr. Manera, when I visited the site in Toronto, it was explained to me that the rationale behind the development of a single site was consolidation. You would be bringing many offices under one roof, but indeed it was for cost efficiencies and not because there was going to be a dramatic increase in the types of rentals you were going to pay. You may want to clarify some of your numbers, because it seems to me that rather than having a cost efficiency we're seeing an explosion of cost in that particular area.

There is another comment I want to make, Mr. Manera. I come from Calgary, which for the past twelve years in the corporate oil patch has experienced tremendous restructuring and downsizing. I know the kind of environment of stress that causes for employees. I'd like to focus on your employees for just a moment.

I am curious to know how all of this downsizing and all of the changes are going to affect the collective bargaining process. We had NABET here last week, who sang your praises for nearly two hours and just as they were leaving said they were going to go into a collective bargaining discussion and negotiation within the next few weeks.

I am curious about your unions and how your employees are responding to all of this change. I know in your document, one of the final things you make a comment about is voluntary packages you're preparing, but there is no cost attached to that particular statement. So I don't know what those costs will involve.

Mr. Manera: With regard to the broadcast centre, I think one of the things that has happened since that decision was made back in 1988 is there have been some important changes in the marketplace. I think the real test of whether that was a good decision or a bad decision has to be based on the information available in 1988 and whether the assumptions made at that point in time were reasonable. My own view, having been part of that process, is the answer is yes.

Those were the days when real estate prices in Toronto were escalating almost by the hour. We had the most sophisticated real estate developers in Canada, with an international reputation, falling all over themselves bidding the price up for the rights to develop that land. We also were in facilities where the rentals, based on what was happening at that point in time, were going to escalate at a fantastic rate and where major renovations had to be made.

So we made assumptions. If we had known eight years ago what we know today, perhaps those assumptions might have been different, but of course we didn't. So in retrospect I think it's fine to have second guesses on that.

The other thing that happened is the real estate market collapsed and some of the developers who had made deals with us ran into financial difficulties. Again, the real test is whether we managed all that restructuring in a positive way, and I think

[*Translation*]

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): C'est juste une question que je voulais poser, mais. . .

Le président: Bien sûr. Allez–y.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Merci, monsieur le président.

Je voudrais tout d'abord faire une observation. Lorsque je suis allée sur place à Toronto, monsieur Manera, on m'a expliqué que cet immeuble avait été choisi dans une optique de regroupement. De nombreux bureaux allaient être réunis sous un seul toit, mais c'était surtout pour être plus efficace sur le plan des coûts et non pas parce qu'il devait y avoir une augmentation considérable des loyers à payer. Vous pourriez peut–être nous donner des chiffres plus précis parce qu'il me semble qu'en fait d'efficacité, c'est une explosion des coûts que l'on observe dans ce domaine.

Je voulais également faire un autre commentaire, monsieur. Je viens de Calgary où il y a eu, au cours des 12 dernières années, des restructurations et des compressions terribles dans les sociétés pétrolières. Je sais combien c'est stressant pour les employés. Je voudrais m'attarder quelques instants sur la question de vos employés.

Je voudrais savoir dans quelle mesure ces compressions et tous ces changements vont affecter les négociations collectives. Nous avons entendu les représentants de NABET, la semaine dernière, qui ont chanté vos louanges pendant près de deux heures et qui, justement avant de partir, nous ont dit que les discussions et les négociations collectives allaient commencer dans les prochaines semaines.

J'aimerais savoir comment vos syndicats et vos employés réagissent ce changement. Je sais que vous parlez, vers la fin de votre document, des propositions que vous allez faire à ceux qui partiront volontairement. Vous ne chiffrez absolument pas, toutefois, cette affirmation. Je ne sais donc pas quel coût cela pourrait représenter.

M. Manera: En ce qui concerne le centre de radiodiffusion, il ne faut pas oublier qu'il y a eu des changements très importants sur le marché depuis que cette décision a été prise en 1988. Pour savoir si la décision était bonne ou mauvaise, je crois qu'il faut se fonder sur les renseignements dont on disposait en 1988 afin de déterminer si les hypothèses étaient raisonnables pour l'époque. Pour moi, qui ai participé à ce processus, la réponse est oui.

C'était l'époque où les prix de l'immobilier à Toronto montaient presque d'heure en heure. Les plus grands promoteurs immobiliers du Canada, de renommée internationale, ne cessaient de surenchérir pour obtenir les droits de mise en valeur de ces terrains. De plus, pour les locaux où nous étions, étant donné la conjoncture à l'époque, on prévoyait que les loyers augmenteraient à un rythme vertigineux; il fallait, en plus, entreprendre de grosses rénovations.

Nous avons donc formulé certaines hypothèses. Si nous avions su il y a huit ans ce que nous savons aujourd'hui, elles auraient peut–être été différentes; mais c'était bien sûr impossible. Il est donc facile, rétrospectivement, de présenter les choses différemment.

Par ailleurs, le marché immobilier s'est effondré et certains des promoteurs qui avaient conclu des ententes avec nous ont eu des difficultés financières. Là encore, il faudra voir si nous avons réussi cette restructuration, comme c'est le cas d'après

[*Texte*]

we did, because we took back those rights. We still have them. We can still remarket, but we're also repaying the millions and millions of dollars those developers have paid us, so the taxpayer has won.

Looking in the future, who knows what's going to happen over the next 10, 20 or 30 years? But we're quite confident that eventually this project will be able to demonstrate it was a fantastic deal for the taxpayer. Time will tell.

With regard to the second point, I have met with my employees across the country. With I think one exception—I haven't been to Winnipeg yet—I've been to all the major centres and told them exactly what I've told you. I've told them that four years from now, under the best scenario, there will be 1,000 fewer employed. I've told that to all the unions.

• 1150

I meet with my unions at least three or four times a year, both English and French, and I don't tell them what they like to hear. I tell them the truth. And sometimes the truth is not pleasant, but they appreciate the honesty. They tell me things I don't like to hear. So we communicate. Even if we have disagreements from time to time, we communicate very honestly.

My assessment of the employees is they're anxious. They're concerned and they'd like some assurance from me that things will go well. I'm not able to give them that assurance. I'm only able to assure them we'll communicate and we won't spring surprises on them. We'll listen to them, but above all we'll work together to maintain service to Canadians.

I must say that given the uncertainty, the response from the staff and from the unions has been overwhelmingly supportive and positive. I consider the unions of the CBC to be part of the solution, not part of the problem.

The Chair: The last very small questions will be asked by Mr. McKinnon, Mr. Ianno, and Mr. Plamondon.

Mr. McKinnon: I don't think we have enough time to discuss the topic I want to open up. The next time Mr. Byrd's here, I want to really get into sports issues. I'll defer to my colleagues this time.

Mr. Ianno: I just want to touch on one point. We had the unions here the other day. They made one positive statement about the pilot project you're doing in Windsor that is still supplying good service with one-third of the resources. He used the word "great". I'm wondering if that pilot project will be used across the country so you can get more places in gear, such as Calgary and Rimouski.

Mr. Manera: This is an excellent example of where management and unions are collaborating, not just in terms of the technology but in terms of actually jointly managing a project. Some of those union representatives are top managers. We're delighted to have them with us.

[*Traduction*]

moi, parce que nous avons repris ces droits. Nous les possédons toujours. Nous pouvons les remettre sur le marché mais nous remboursons aussi les millions de dollars que ces promoteurs nous ont payés, et le contribuable a donc gagné.

Pour l'avenir, qui sait ce qui se produirera au cours des 10, 20 ou 30 prochaines années? Mais nous avons confiance; nous pensons que ce projet se révélera une excellente affaire pour le contribuable. Le temps le dira.

En réponse à votre deuxième observation, j'ai rencontré mon personnel dans toutes les régions du pays. À une exception près peut-être—Winnipeg—je suis allé dans tous les grands centres pour dire exactement ce que je vous ai dit. J'ai annoncé que dans quatre ans, selon le meilleur scénario, il y aurait 1 000 employés de moins. Je l'ai dit à tous les syndicats.

Je rencontre mes syndicats au moins trois ou quatre fois par an, anglais et français. Je ne leur dit pas ce qu'ils ont envie d'entendre; je leur dis la vérité. La vérité est parfois désagréable, mais ils apprécient la franchise. Ils me disent à leur tour des choses que je n'aime pas particulièrement entendre. Nous communiquons. Même si nous ne sommes pas toujours d'accord, nous communiquons ouvertement.

À mon sens, les employés sont anxieux. Ils s'inquiètent, et ils voudraient que je les rassure en leur disant que tout va bien aller. Je ne peux pas le leur promettre. Je peux simplement leur garantir que nous resterons en contact, et que nous ne les prendrons pas par surprise. Nous les écouterons mais surtout, nous travaillerons ensemble pour maintenir le service que nous assurons aux Canadiens.

Je dois dire qu'étant donné l'incertitude, les personnels et les syndicats ont réagi d'une façon extrêmement positive et compréhensive. Je considère que les syndicats de Radio-Canada font partie de la solution, et non partie du problème.

Le président: M. McKinnon, M. Ianno et M. Plamondon vont poser les dernières petites questions.

M. McKinnon: Je ne pense pas avoir le temps de discuter de la question que je voudrais soulever. La prochaine fois que M. Byrd viendra, je voudrais aller au fond de la question des sports. Pour aujourd'hui, je vais laisser parler mes collègues.

M. Ianno: Je voudrais simplement ajouter ceci. Nous avons entendu les représentants syndicaux l'autre jour; ils ont fait une déclaration favorable au projet-pilote que vous avez lancé à Windsor et grâce auquel vous fournissez encore une bon service avec un tiers des ressources. On en a parlé en termes élogieux. Je me demande si vous allez reprendre ce projet-pilote dans les autres régions afin d'étendre cette initiative à d'autres villes; Calgary ou Rimouski, par exemple?

M. Manera: Il s'agit d'un bel exemple de collaboration patronale-syndicale; non seulement sur le plan de la technologie mais surtout au niveau de la cogestion du projet. Certains des représentants syndicaux sont d'excellents gestionnaires, et nous sommes très heureux de les avoir avec nous.

[*Text*]

It's still an experiment. We still don't have the final results. It got off the ground and the early indications are very positive. Until we're through with the experiment and are able to evaluate it jointly with our unions, because it does involve some very fundamental changes to how the work is done, I think it would be premature to say we're going to do it across the country.

Like all experiments, I think it's positive and promising. Hopefully it will teach us some lessons that can help us in other places in the country, but it's too early to give a definitive answer.

Le président: Monsieur Plamondon, la dernière des questions.

M. Plamondon: C'est par rapport au nombre d'employés. Combien avez–vous d'employés permanents à Radio–Canada? Combien de sous–traitants?

M. Manera: Je n'ai pas la réponse, je m'excuse.

M. Plamondon: Les contractuels, à peu près?

M. Manera: Grosso modo 3 000.

M. Plamondon: Une dernière petite question. Vous parlez de dollars constants lorsque vous parlez de pertes de revenus. CTV disait que vous avez au contraire connu une hausse des crédits parlementaires en dollars constants et lorsque le syndicat des journalistes a parlé de cette question, il a dit que vous avez toujours le même montant en dollars constants.

Alors, sur quoi vous basez–vous pour calculer votre dollar constant?

M. Manera: Monsieur le président, les chiffres sont disponibles publiquement, soit dans notre rapport annuel. . .

Une voix: Voulez–vous donner la réponse?

M. Manera: La réponse est très simple. En 1984–1985, les subventions du Parlement étaient de 905 millions de dollars. En 1994, l'exercice actuel est de 1 milliard 91 millions de dollars. Si on traduit tout cela en dollars constants, en 1994, nous avons 766 millions; donc, si on compare tout cela avec 1984–1985, il y a une perte de 15,4 p. 100. Les chiffres sont disponibles publiquement. Il n'y a aucun doute là–dessus.

• 1155

The Chair: On that note of precision, we thank you very much for coming back. You've been extremely patient with us. It's been a long session and very useful. Good luck and thank you.

This meeting is adjourned.

[*Translation*]

Cela reste encore qu'une expérience, et il est trop tôt pour tirer des conclusions définitives. Le projet a démarré, et les premières indications sont très positives. Tant que l'expérience ne sera pas terminée, et que nous n'aurons pas pu l'évaluer avec nos syndicats—car il y a des changements fondamentaux dans la façon de travailler—je crois qu'il serait prématuré de dire que nous allons l'étendre au reste du pays.

Comme toute expérience, je crois qu'elle est prometteuse et positive. Espérons que nous pourrons en tirer des leçons qui nous aideront dans les autres régions; il est toutefois encore trop tôt pour se prononcer.

The Chair: Mr. Plamondon, one last question.

Mr. Plamondon: It's about the number of employees. How many permanent employees do you have at the CBC? How many contract employees do you have?

Mr. Manera: I don't have the answer to that, I'm sorry.

Mr. Plamondon: How many contract employees, roughly speaking?

Mr. Manera: Approximately 3,000.

Mr. Plamondon: A last short question. You talk about constant dollars when you speak about revenue losses. CTV was saying that, on the contrary, your parliamentary appropriations have risen in constant terms; and when the journalists' union talked about this question, they said that you still receive the same amount in constant dollars.

So, what base do you use to estimate your constant dollars?

Mr. Manera: Mr. Chair, the figures are publicly available, either in our annual report. . .

An Honourable Member: Could you give the answer?

Mr. Manera: The answer is very simple. In 1984–85, parliamentary grants amounted to $905 million. In 1994, the amount is $1,091,000. If you translate in constant dollars, in 1994, we have $766 million; so, if you compare all this with 1984–85, there is a 15.4% loss. The figures are publicly available. There is no doubt on this. There is no doubt whatsoever on this.

Le président: Sur cette petite précision, nous vous remercions vivement d'être revenus. Vous avez été extrêmement patients avec nous. La séance a été longue, et très utile. Bonne chance et merci.

La séance est levée.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid Port payé
Lettermail Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the Canadian Broadcasting Corporation:

Anthony S. Manera, President and CEO and Acting Chairman, Board of Directors;

Jim Byrd, Vice–President, English Television Networks;

Michèle Fortin, Vice–President, French Television;

Marcel Pépin, Vice–President, French Radio;

Stephen Costman, Vice–President, Finance and Administration.

TÉMOINS

De la Société Radio–Canada:

Anthony S. Manera, président — directeur général et président intérimaire, Conseil d'administration;

Jim Byrd, vice–président, Réseaux anglais de télévision;

Michèle Fortin, vice–présidente, Télévision française;

Marcel Pépin, vice–président, Radio française;

Stephen Costman, vice–président, Finances et administration.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

CA1
XC 68
-C13

Government Publications

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 40

Wednesday, November 2, 1994

Chair: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 40

Le mercredi 2 novembre 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of the Canadian Broadcasting Corporation

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la Société Radio–Canada

---

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

LIBRARY

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chair: John Godfrey

Vice–Chairs: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Associate Members

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidents: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakvillle—Milton)
Jan Brown (Calgary–Sud–Est)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Membres associés

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

WEDNESDAY, NOVEMBER 2, 1994
(47)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 3:35 o'clock p.m. this day, in Room 269, West Block, the Chair, John Godfrey , presiding.

Members of the Committee present: Bonnie Brown, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Associate Member present: Louis Plamondon.

Other Member present: Gilles Bernier.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: From "Le Syndicat des journalistes de Radio–Canada": Gilles Provost, President; Pierre Stea, Director. *From the Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA):* Alexander Crawley, President. *From «l'Union des* Artistes»: Serge Turgeon, President; Serge Demers, Executive Director; Lucie Beauchemin, Director of Communications. *From the Canadian Media Guild:* Arnold Amber, Vice–President, Executive producer of TV news specials; Hal Doran, Producer of CBO Ottawa "All in a Day".

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee resumed its study of the Canadian Broadcasting Corporation (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Thursday, September 22, 1994, Issue No. 26*).

Gilles Provost made an opening statement, and with the other witness from «Le Syndicat des journalistes de Radio–Canada», answered questions.

Alexander Crawley from the Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA), made an opening statement, and answered questions.

Serge Turgeon made an opening statement, and with the other witnesses from "l'Union des artistes", answered questions.

Arnold Amber made an opening statement, and with the other witness from the Canadian Media Guild, answered questions.

At 5:39 o'clock p.m., the Committee proceeded *in camera*.

The Committee considered its future business.

At 6:14 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE MERCREDI 2 NOVEMBRE 1994
(47)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit aujourd'hui à 15 h 35, dans la salle 269 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Bonnie Brown, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Membre suppléant présent: Louis Plamondon.

Autre député présent: Gilles Bernier.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: Du «Syndicat des journalistes de Radio–Canada»: Gilles Provost, président; Pierre Stea, directeur. *De Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA):* Alexander Crawley, président. *De «l'Union des artistes»:* Serge Turgeon, président; Serge Demers, directeur administratif; Lucie Beauchemin, directrice des Communications. *De la Canadian Media Guild:* Arnold Amber, vice–président, producteur d'émissions spéciales d'information pour la télévision; Hal Doran, producteur de l'émission «All in a Day», de CBO, à Ottawa.

Conformément au mandat qui lui a été conféré en vertu du paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité poursuit son étude de la Société Radio–Canada (*voir Procès–verbaux et Témoignages du jeudi 22 septembre 1994, fascicule nº 26*).

Gilles Provost présente un exposé et, avec l'autre témoin du «Syndicat des journalistes de Radio–Canada», répond aux questions.

Alexander Crawley de l'Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA), présente un exposé et répond aux questions.

Serge Turgeon présente un exposé et, avec les autres témoins de «l'Union des artistes», répond aux questions.

Arnold Amber présente un exposé et, avec l'autre témoin de la Canadian Media Guild, répond aux questions.

À 17 h 39, le Comité se réunit à huis clos.

Le Comité examine ses travaux futurs.

À 18 h 14, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Wednesday, November 2, 1994

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le mercredi 2 novembre 1994

• 1530

The Chair: I call this meeting to order.

First of all, let me say how delighted we are to see all of you. Second, I must warn you that we may be called to vote. The latest information is that the vote will not be called.

Le président: La séance est ouverte.

Premièrement, je tiens à vous dire que nous sommes ravis de vous voir ici. Deuxièmement, je dois vous avertir que nous serons peut–être appelés à voter. Mais d'après nos informations les plus récentes, le vote n'aura pas lieu.

• 1535

Le vote lui–même sera tenu entre 17 heures et 17h15.

We may get a bell to summon us to another place, where we will have to go, but it'll be a 30–minute bell, so we will try to get as close to that time as possible. We may have to leave you for a bit, but we will try to come back. This is something beyond the control of the chairman, I can tell you.

The vote will be held between 5:00 and 5:15 p.m.

Il se peut que par un appel du timbre nous soyons convoqués à un autre endroit, auquel cas le timbre va sonner pendant 30 minutes et nous essaierons de rester ici le plus longtemps possible. Nous devrons peut–être vous quitter pendant une courte période, mais nous tâcherons de reprendre nos délibérations par la suite. Je peux vous assurer qu'il s'agit d'une situation que le président ne peut pas contrôler.

We've asked each group to speak for no longer than ten minutes in summarizing the contents of their document. If you have given us a complete text, please do not feel obliged to read it. We are quite good readers. We would appreciate you summarizing in ten minutes per group what it is you have to say. At the nine–minute mark you'll hear a tap indicating that we have one minute to go. So it would be most effective if you just cut to the chase in terms of the recommendations you're making to us, and assume that your presentations will be part of the official record.

Nous avons demandé à chacun des groupes de prendre dix minutes tout au plus pour résumer son mémoire. Si vous nous avez soumis un texte intégral, vous n'êtes pas tenus de le lire au complet. Nous sommes d'excellents lecteurs. Nous vous saurions gré de bien vouloir résumer, en dix minutes, ce que votre groupe a à nous dire. Après neuf minutes, vous entendrez une petite tape vous indiquant qu'il vous reste une minute. Pour être plus efficaces, vous devriez nous faire part tout de suite de vos recommandations en sachant que vos mémoires seront consignés au compte rendu.

Without further ado, I think we will just proceed with the list according to the order in which they're established. The first ten minutes will be

Sans plus tarder, je crois que nous allons procéder en donnant la parole aux groupes selon la liste apparaissant à l'ordre du jour. Alors j'accorde la première période de dix minutes au

du Syndicat des journalistes de Radio–Canada, MM. Provost, Stea et Sinotte. Je ne sais pas qui va parler en premier. M. Provost sans doute.

"Syndicat des journalistes de Radio–Canada", Mr. Provost, Mr. Stea and Mr. Sinotte. I do not know who is going to speak first. Probably, Mr. Provost.

M. Gilles Provost (président, Syndicat des journalistes de Radio–Canada): Je suis Gilles Provost et je suis accompagné de Pierre Stea qui est vice–président du Syndicat.

Mr. Gilles Provost (President, Syndicat des journalistes de Radio–Canada): I am Gilles Provost and I'm accompanied by Pierre Stea who is vice–president of the union.

Le président: Donc, vous êtes deux, pas trois.

The Chair: So, two of you will be appearing, not three.

M. Provost: M. Sinotte est ici à l'arrière.

Mr. Provost: Mr. Sinotte is here, sitting in the back.

Le président: D'accord.

The Chair: Okay.

M. Provost: Le Syndicat des journalistes de Radio–Canada regroupe environ 450 journalistes permanents et contractuels qui travaillent à Montréal, Québec, Chicoutimi, Rimouski, Matane, Sept–Îles et Moncton. Nos membres travaillent aux nouvelles, aux affaires publiques, en français et en anglais, à la radio, à la télévision, pour Radio–Canada international et pour le nouveau réseau de l'information.

Mr. Provost: The "Syndicat des journalistes de Radio–Canada" represents some 450 staff and contract journalists working in Montreal, Quebec City, Chicoutimi, Rimouski, Matane, Sept–Îles and Moncton. Our members work in News and Current Affairs, in French and English, on radio and television, as well as for CBC International and the new "Réseau de l'information".

Il nous fait plaisir d'être reçus cet après–midi par les membres du Comité permanent du patrimoine canadien. Nous constatons que votre tâche est ardue et que le ministre vous a donné un mandat très large sur une institution extrêmement

We are delighted to have the opportunity to be heard this afternoon by the members of the Standing Committee on Canadian Heritage. We know your task is a difficult one. The Minister has given you broad terms of reference covering a

[*Texte*]

complexe qui est la Société Radio–Canada. Nous espérons que notre contribution vous aidera à y voir plus clair et comme nous savons que votre patience a été mise à rude épreuve ces dernières semaines, nous allons essayer d'aller droit au but.

D'abord, il est clair qu'on ne peut pas ne pas commenter la présentation qui a été faite hier par notre employeur. Les chiffres que vous a soumis Radio–Canada, hier matin, cachent une réalité qui est beaucoup plus terrifiante qu'il n'y paraît. Ce n'est pas 180 millions de dollars dont il faut parler, mais d'un montant qui va de 240 à 250 millions de dollars.

Pourquoi 250 millions? Vous avez reçu le plan d'entreprise et vous l'avez dans les annexes qu'on vous a remises. Vous avez une page qui résume les projections de la Société pour les cinq prochaines années et le dernier chiffre en bas, c'est 174 millions de dollars, donc 180 millions de dollars qui sera le manque à gagner en 1999.

Nous attirons votre attention sur la deuxième ligne où figurent les projections des revenus publicitaires. On prévoit que les revenus publicitaires sont d'environ 299 millions de dollars actuellement et qu'ils vont grimper à 372 millions de dollars dans trois ou quatre ans, soit une hausse de 25 p. 100. Nous pensons que c'est d'un optimisme incroyable.

Vous avez, sur un tableau dans le document qu'on vous a donné, l'évolution des revenus publicitaires, sauf pour une année où les revenus ont été plus élevés parce qu'il y avait les Jeux olympiques. Pour le reste c'est stable et même cela descend.

• 1540

Pour l'année en cours, avec la grève dans le monde du baseball et du hockey, ils seront encore plus bas. Donc, si Radio–Canada réussissait simplement à maintenir son niveau actuel de revenus publicitaires, ce serait déjà un exploit. Cependant, nous doutons qu'ils réussissent à l'accomplir. Ce n'est pas 180 millions de dollars qui va nous manquer, c'est 73 millions de plus. On est beaucoup plus proche du 250 millions de dollars.

Théoriquement, Radio–Canada vient ici. Le mandat de votre Comité est d'analyser ou de trouver de nouvelles sources de financement. Notre deuxième inquiétude, c'est qu'hier M. Manera n'avait aucune suggestion à vous faire à ce sujet. Lorsqu'il y a eu des questions dans le *scrum* de presse, il s'est bien gardé de répondre, il a oublié cette question des journalistes.

Dans le contexte politique et économique actuel, nous pensons qu'il est illusoire d'espérer que le contribuable canadien va accepter une nouvelle taxe radio–canadienne. Si jamais le gouvernement trouve des nouveaux revenus, nous pensons qu'il va les mettre dans ses poches pour couvrir son propre déficit plutôt que de les donner à Radio–Canada. Il nous semble que la Société vous proposait hier de troquer des revenus publicitaires illusoires contre de nouvelles sources de financement qui n'existent pas.

Nous avons une troisième inquiétude. Nous doutons que la Société soit capable de réduire son budget de 120 millions de dollars sans affecter les services qu'elle dispense à son auditoire. Notre syndicat a consacré beaucoup d'argent à analyser les

[*Traduction*]

complex institution: the Canadian Broadcasting Corporation. We hope our contribution will help you see the issues more clearly. Your patience has been sorely tested in recent weeks, so we will be brief and come straight to the point.

First of all, we obviously cannot comment on the presentation made yesterday by our employer. The figures submitted to you yesterday morning by CBC hide a reality much more frightening than at first glance. We should be talking about an earnings shortfall not of $180 million, but rather of $240 to $250 million.

Why? You received the business plan and you also have it appended to the text we submitted to you. One page summarizes the CBC's five–year forecast and the last figure given at the bottom is $174 million, therefore there will be a shortfall of $180 million in 1999.

We would like to draw your attention to the second line showing forecasted advertising revenues. The CBC forecasts that its advertising revenues will increase from approximately $299 million in 1994 to $372 million in three or four years, representing a 25% increase. We feel that the CBC is being unbelievably optimistic.

One table contained in the document submitted to you shows the evolution of advertising revenue. With the exception of one year where revenue was higher because of the Olympic Games, advertising revenue has remained stable and is even on the decline.

This year, with the baseball and hockey strikes, revenue will be even lower. Therefore, it would be quite a feat if CBC managed to maintain its current level of advertising revenue. However, we doubt that they will be able to do this. Accordingly, we must add another $73 million to the $180 million shortfall. We are much closer to the $250 million mark.

Theoretically, CBC comes here. Your committee has been mandated to carry out analyses or to find alternate sources of funding. Our second concern stems from the fact that when Mr. Manera appeared before you yesterday, he did not make any suggestions regarding this matter. When questioned during a press *scrum*, he was careful not to say anything. He forgot this question raised by the journalists.

In the current political and economic climate, we believe that it is totally unrealistic to hope for Canadian taxpayers to accept a new broadcast tax. If ever the government found new revenue, we believe that it would pocket it to cover its own deficit rather than give it to CBC. It seems to us that yesterday the CBC proposed to swap imaginary advertising revenue for new sources of funding it will never have.

We have a third concern. We doubt that CBC will be able to cut its budget by $120 million with no impact on the services it delivers to its audience. Our union has spent a great deal of money analyzing the finances of CBC and proposing ways to

[*Text*]

finances de Radio–Canada et à proposer des scénarios de réductions budgétaires. Nous avons analysé la façon dont se sont faites les coupures et les fermetures de stations en 1990 et nous avons fait la preuve qu'au lieu de sauver 108 millions de dollars, l'exercice a coûté de l'argent et qu'à la fin Radio–Canada coûtait plus cher qu'avant les fermetures.

Nous attendons de voir le scénario réaliste qu'on nous présentera pour justifier des économies de 120 millions de dollars. On ne nous l'a pas présenté hier. La seule certitude c'est qu'environ 1 millier de postes seront éliminés. On ne sait pas où, ni comment. Seul l'employeur le sait.

Pour atteindre les objectifs de rationalisation qu'elle s'est fixés, la direction parle de deux concepts: le budget base zéro et la ré–ingénierie des processus administratifs; ce sont toutes sortes de beaux mots qui sont populaires dans le monde de l'administration et des relations de travail en ce moment. Cependant, si on regarde un budget base zéro, cela veut dire qu'on va remettre en question les programmes existants et qu'on va s'en tenir à ceux qui sont essentiels. Avez–vous entendu M. Manera remettre en question un seul des services de la Société Radio–Canada? Pas nous.

Quant à la ré–ingénierie des processus administratifs, elle part du principe que la productivité des ouvriers et des artisans, qui font les programmes de façon générale, augmente. C'est l'efficacité de l'administration qui chute. Dans le cas présent, ce genre de réforme doit demander une adhésion inconditionnelle du personnel qui y est affecté. À Radio–Canada il est très difficile de mesurer si le personnel est d'accord puisque les syndicats n'ont même pas été informés du plan de développement de cette ré–ingénierie, si le plan existe.

En somme, il nous semble que la Société pilote à vue et nous craignons énormément que le scénario de 1990—la fermeture des stations régionales—ne se reproduise quand on aura constaté à la dernière minute l'état désastreux de nos finances.

Le Syndicat des journalistes de Radio–Canada est le seul syndicat qui a pris le risque de proposer à la Société un scénario de compressions. Nous avons ciblé trois domaines possibles. L'excroissance des services de soutien et de l'encadrement administratif, le coût élevé du réseau anglais et les frais d'immobilisation excessifs.

Nous avons regardé l'organigramme de Radio–Canada. Nous avons compté tous les postes. Nous avons découvert que les services de soutien représentent 40 p. 100 des effectifs et dans son rapport annuel de l'an dernier, la Société disait à peu près la même chose en d'autres mots quand elle disait que les réalisateurs, le personnel de présentation, les techniciens et les services scéniques représentaient ensemble 62 p. 100 de l'effectif. Donc, il reste environ 40 p. 100 du personnel qui ne travaillent pas aux émissions.

• 1545

Il y a un document de la Société dont on vous a remis copie—vous avez deux tableaux qui sont datés d'octobre 1994, qui ont été remis à nos représentants qui étudiaient le programme de formation de la Société, donc ce sont des documents de la Société—; on y voyait, à la page 2, que les services de soutien et les effectifs avaient augmenté de 18 p. 100 au réseau anglais et de 35 p. 100 au réseau français. Ces chiffres–là sont nouveaux pour nous, nous ne les avons pas analysés, nous ne pouvons pas vous dire comment il se fait que les services de soutien ont augmenté autant.

[*Translation*]

implement budget cutbacks. We analyzed the way that cutbacks were made and stations closed in 1990 and we showed that, instead of saving $108 million, the exercise cost money and that, in the end, CBC cost more than it did before the closures were carried out.

We are waiting to see what realistic scenario will be presented to us to justify savings of $120 million. We didn't see it yesterday. The only thing that is certain is that approximately 1,000 positions will be abolished. We don't know where, we don't know how this will be done. Only the employer knows.

Management at CBC is relying on two concepts to achieve the rationalization objectives it has set: a zero base budget and re–engineering of activities. These are popular buzz words being used in the world of administration and labour relations. However, the principle of the zero base budget is to question existing programs and clearly identify those that are essential. Have you heard Mr. Manera question even one of CBC's services? We didn't.

Re–engineering of administrative activities is based on the principle that the productivity of workers and artists, who, generally speaking, produce the programs, has improved whereas the effectiveness of the administrative staff has declined. To be successful, this type of reform must obtain the unconditional support of those involved. Support for this within the CBC is difficult to measure since the unions representing the employees have not yet even been informed about the re–engineering of activities development plan, if indeed one exists.

In short, management at the CBC seems to be flying by the seat of its pants, and we fear that the 1990 scenario—station closures—will be repeated when the disastrous state of our finances is discovered at the last minute.

The "Syndicat des journalistes de Radio–Canada" is the only union that has been daring enough to propose a series of cutbacks to the CBC. These cutbacks target three areas: their runaway growth of support services and management, the high cost of the English Network and excessive capital costs.

We took a look at the CBC's organizational chart. We counted all the positions. We discovered that support services account for 40% of the CBC's employees. In last year's annual report, the CBC said just about the same thing, in other words, when it stated that the producers, presenters, technicians and members of the design department accounted for 62% of the staff. Approximately 40% of the staff do not work on the programs.

The CBC provided you with a document—you have two tables dated October 1994, which were submitted to our representatives who were studying the CBC's training program, therefore these are CBC documents—; on page two of the document, it shows that the support services and staff were increased by 18% in the English network and by 35% in the French network. These figures are new to us, we did not analyze them and we cannot tell you why support services were increased by so much.

[*Texte*]

Notre simple hypothèse c'est que maintenant que le *Broadcast Centre* est terminé, tous les employés permanents qui y travaillaient pour construire des studios doivent être réaffectés ailleurs puisque ce sont des permanents réguliers de la Société et qu'ils passent dans les services de soutien de la production. C'est une hypothèse.

Donc, au réseau français, un employé sur cinq occupe un poste de cadre et il y a 1 431 personnes qui travaillent au siège social et aux services nationaux, selon le tableau qu'on vient de vous donner.

Quant aux réseaux anglais et français, hier, M. Manera vous a affirmé que le réseau français et le réseau anglais sont de qualité équivalente. Pourtant, il y en a un qui coûte beaucoup plus cher que l'autre. Donc, notre argument est très simple. S'il y en a un qui produit des petits pains ou des émissions pour le double du prix du concurrent et qu'il produit la même qualité, c'est là qu'il faut couper. N'importe quel administrateur peut vous dire cela.

Troisièmement, il y a les immobilisations. Au cours des deux dernières années, Radio–Canada a inauguré le nouveau *Broadcast Centre*, qui a coûté un demi milliard de dollars. Au réseau français, à Montréal, cette année, on a refait de fond en comble la salle de nouvelles radio, la salle de nouvelles télé et on a ajouté une nouvelle salle complètement neuve pour le réseau de l'information, tout cela avec de l'équipement neuf et de nouveaux studios, sans compter ce qui s'est fait ailleurs.

Si vous regardez les budgets d'immobilisation, vous les aviez encore dans le plan quinquennal, on prévoit que, malgré tout, cela continue à 140 millions de dollars par année pour les cinq prochaines années. Cela représente 700 millions de dollars d'investissement au cours des prochaines années alors qu'on se demande même si Radio–Canada va exister alors qu'on coupe dans le personnel de production.

On se demande, avec tous ces nouveaux studios, si vous avez vu une différence de qualité dans le son et dans l'image. On se demande si Radio–Canada va tenir compte de nos remarques; on ne le sait pas encore. Ce qu'on sait, c'est qu'on n'a aucun pouvoir là–dessus, ce n'est pas négocié à la table des négociations. Même vous, vous n'avez pas de pouvoir là–dessus, vous n'avez qu'un pouvoir sur l'enveloppe générale mais la façon dont l'argent est dépensé, ce sont nos patrons qui le décident.

En période de crise financière, une entreprise de radiodiffusion doit se concentrer sur l'essentiel de son mandat qui est de produire et diffuser des émissions de qualité. Nous pensons que le développement de la technologie numérique, etc., doit être laissé à l'industrie privée. C'est elle qui fait des canaux et qui multiplie les canaux. Radio–Canada n'a pas à financer cet effort technologique de l'univers des 500 canaux. Que la SRC se concentre sur le contenu qui va meubler les émissions. Nous pensons que Radio–Canada doit garder un contenu généraliste pour que le public garde l'habitude de syntoniser Radio–Canada.

On doit aussi garder la mission régionale et, si on manque d'argent, notre priorité c'est de dire: le divertissement qui coûte cher, les émissions qui coûtent très cher, devraient être faites dans les têtes de réseaux mais on doit garder en région ce qui

[*Traduction*]

Perhaps now that the Broadcast Centre is completed, all the permanent employees that were working on the construction of the studios must now be re–assigned elsewhere since they are regular permanent CBC employees, and they are now entering the support and production services. This is one hypothesis.

The table submitted to you shows that, in the French network, one employee in five holds a management position and that 1,431 individuals work at the head office or for the national services.

Mr. Manera told you yesterday that the quality of the French and English networks is the same. Yet, the English network costs much more. Our argument is very simple. If one group produces widgets or programs of equal quality but at twice the price of its competitor, then that is where the cuts must be made. Any administrator will tell you that.

Thirdly, there are the fixed assets. Over the past two years, the CBC has opened a new Broadcast Centre, at a cost of a half a billion dollars. The radio and television rooms of the French network in Montreal have been completely refurbished this year and a room for RDI has been added. All this has been done with new equipment and new studios, without counting what has gone on elsewhere.

If you take a look at the capital budget—these are included in the five–year plan—it is forecasted that despite everything, this will continue at a rate of $140 million per year for the next five years. That means that $700 million will be invested over the next few years at a time when we are wondering whether or not the CBC will exist and when we are cutting back in production staff.

With all of these new studios, we were wondering whether anyone had noticed a difference in picture or sound quality. We were wondering whether or not the CBC would take our comments into consideration; we still don't know the answer to this. What we do know, however, is that we are powerless. Such things are not negotiated around the bargaining table. Even you are powerless as far as this is concerned, you may have power over the general envelope, but our bosses decide how the money is going to be spent.

In times of financial crisis, a public broadcasting company should concentrate on the key aspects of its mission: to produce and broadcast quality programming. Let's leave the development of digital technology, etc. to the private sector. It is the private sector that is producing and multiplying the channels. It is not up to the CBC to finance the technological developments required for the 500–channel universe. Let the CBC focus on the content to fill this airtime. Moreover, we believe that the CBC should maintain a general content, so the general public does not lose the habit of tuning into the CBC.

We must also preserve the regional mission. At a time when resources are scarce, entertainment programs, which are very expensive, should be produced in the network centres. On the other hand, news services in the regions should be kept.

[*Text*]

compte, je veux dire l'information. Il doit rester de l'information en région pour donner une image locale. On pense que si on faisait cela, on pourrait peut–être recommencer à puiser dans le marché publicitaire local.

[*Translation*]

Regional news services must be kept to provide a local image. We feel that if we did this, we may be able to re–establish our links with the local advertising market.

• 1550

En somme, pour résumer, nous ne voyons pas comment nous allons pouvoir faire face aux coupures déjà annoncées. De grâce, que le gouvernement n'en ajoute pas de nouvelles. Ce serait la survie de la Société qui serait compromise. On pense que la CBC demeure le ferment d'une culture canadienne anglaise énergique qui se définit toujours au cours des ans tandis que Radio–Canada est un des piliers de la culture francophone. Mettre Radio–Canada en péril c'est menacer l'identité canadienne.

In short, we fail to see how we can cope with the cuts already announced. For heaven's sake, do not add further cuts. The very existence of the CBC would be threatened. People think that the CBC remains the breeding groud of a strong English–Canadian culture that is still developing with time and Radio–Canada is one of the pillars of Francophone culture. To put the national broadcaster at risk is to threaten Canadian identity itself.

Le président: Merci bien. Nous passons maintenant à M. Crawley pour ses 10 minutes.

The Chair: Thank you. We now go to Mr. Crawley for his ten–minute presentation.

M. Alexander Crawley (président, Alliance des artistes canadiens de cinéma, de la télévision et de la radio): Merci.

Mr. Alexander Crawley (President, The Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists): Thank you.

Je vais lire le mémoire parce que je suis comédien et que j'ai le script devant moi. C'est ainsi mieux pour moi. J'espère pouvoir le faire en 10 minutes.

I am going to read our brief because I am an actor and I have the script in hand. It is better for me this way. I hope to be able to read it in ten minutes.

The Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists represents approximately 10,000 performers, writers and broadcast journalists, working in all aspects of the recorded media in Canada, primarily in production in the English language. We are pleased to have this opportunity to appear before the committee on the subject of the future of Canada's federal public broadcaster in the context of the rapidly changing communication system.

La «Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists» représente environ 10 000 artistes, auteurs et journalistes en radio–diffusion travaillant dans tous les domaines des médias enregistrés au Canada et principalement dans la production de matériel de langue anglaise. Nous sommes heureux d'avoir cette occasion de parler au comité de l'avenir du radiodiffuseur fédéral public au Canada dans le contexte de la transformation rapide qui touche notre système de communications.

Je suis actuellement président de l'ACTRA et je dois souligner que c'est précisément la question des nouvelles technologies et leur influence sur la production et la distribution qui ont motivé ma participation politique au sein de l'Association. Afin de bien clarifier mon parti pris, je dois souligner que je suis un artiste canadien de deuxième génération et qu'il y a une troisième génération qui est activement engagée dans ce secteur clé de notre économie.

I am currently president of ACTRA and I must tell you that it is precisely the issue of new technologies and their impact on production and distribution which led to my political participation within the organization. So that my biases are clear, I will say that I am a second generation Canadian artist and there is a third which is actively engaged in this key sector of our economy.

I won't read any more in French, in deference to the time. Thank you.

Je n'en dirai pas plus en français, pour gagner du temps. Je vous remercie.

While we do not wish to use too much of the scant time available this afternoon on the history of cultural development as it relates to national initiatives in mass communications, we must reiterate our long–standing position that a strong public sector in communications is an essential element, without which, we believe, there would be no collective sense of nation or nations within a state, let alone a healthy cultural sector, which employs 500,000 Canadians and contributes $24 billion annually in economic activity.

Bien que nous ne voulions pas utiliser une trop grande partie des précieuses minutes disponibles cet après–midi pour relater l'historique du développement culturel tel qu'il se rapporte aux initiatives nationales dans les communications de masse, nous devons réitérer la position que nous adoptons depuis longtemps, soit qu'un secteur public solide dans le domaine des communications représente un élément essentiel sans quoi, selon nous, il n'y aurait aucun sentiment collectif d'une ou de plusieurs nations à l'intérieur d'un État. Il va sans dire qu'il n'existerait également pas de secteur culturel dynamique qui emploie un demi–million de Canadiens et qui contribue 24 milliards de dollars chaque année en activités économiques.

[*Texte*]

Without this collective sense, there will be no reason to remain a state and Canada will become a nostalgic memory for our children and theirs. It seems to ACTRA that the role of public broadcasting must be redefined within the production and distribution industries if we are to survive the impact of new technologies, particularly on the distribution side, and the resulting entry of numerous new and in some cases powerful competitors.

While we agree with the observation from the chair on September 20 that a focus on English television services is implied by the use of the phrase "500–channel universe" in your mandate, we suggest that an analysis, in isolation, of this aspect of CBC operations is akin to treating a symptom without examining the cause.

We acknowledge that our experience and expertise is in relation to English–language programming and urge you to pay close attention to our colleagues from *Union des artistes* in relation to French–language services.

The CBC needs to alter its priorities. We offer some suggestions based on our institutional experience. These suggestions fall into short–, mid–and long–term categories, under the general headings of structural change, funding and programming priorities. We employ the imperative for the simplicity of doing so. We acknowledge that no one vision will hold, but that vision is required and is, alas, in short supply.

Long–term structure: In the long term, we're looking for a number of public broadcasting services, in both radio and television, in at least two languages. We warrant that the number of languages can multiply to reflect real demographics, as addressability and interactivity become available through server technology deployed by federally licensed telecommunications interests. When these new technologies are more fully deployed, say within 15 to 20 years, Canadians will be using reception devices that defy the current categories of television, radio, telephone and computer. Therefore, it behoves this committee to embrace their emergence in formulating recommendations that are truly useful.

[*Traduction*]

Sans ce sentiment collectif, il n'y aurait aucune raison de demeurer un État et le Canada deviendrait un souvenir nostalgique pour nos enfants et les leurs. L'ACTRA croit que seule la redéfinition du rôle du radio–diffuseur public au sein des industries de production et de distribution nous permettra de survivre à l'impact des nouvelles technologies, particulièrement en ce qui a trait à la distribution, ainsi qu'à l'influx résultant de nombreux nouveaux concurrents qui, dans certains cas, auront beaucoup de pouvoir.

Même si nous sommes d'accord avec les commentaires faits par le président le 20 septembre, soit qu'une concentration sur les services de télévision de langue anglaise est sous–entendue dans la phrase «univers de 500 canaux» de votre mandat, nous suggérons qu'une analyse isolée de cet aspect des opérations de la SRC pourrait être comparée au traitement d'un symptôme sans examen de la cause.

Nous reconnaissons que nos expériences et notre expertise se rapportent à la programmation de langue et nous vous encourageons à écouter attentivement nos collègues de l'Union des artistes en ce qui a trait aux services de langue française.

La SRC doit changer ses priorités et nous offrons quelques suggestions, fondées sur notre expérience institutionnelle. Ces suggestions se répartissent dans les catégories d'activités à court, à moyen et à long terme sous les rubriques générales de changements structuraux, de financement et de priorités de programmation. Nous utilisons l'impératif pour simplifier la tâche. Ce faisant, nous reconnaissons qu'une seule vision ne suffira pas, mais cette vision est nécessaire, et malheureusement, les visions n'abondent pas.

Struture à long terme: À long terme, nous recherchons divers services de diffusion publics, dans les domaines de la radio et de la télévision et dans au moins deux langues. Nous tenons pour acquis que le nombre de langues peut se multiplier pour refléter des démographies véritables à mesure que la technologie de serveur déployée par des entreprises de télécommunications autorisées par le gouvernement fédéral permettent une plus grande concentration et plus d'interactivité. Lorsque ces nouvelles technologies auront pris plus d'envergure, disons au cours des 15 à 20 prochaines années, les Canadiens utiliseront des dispositifs de réception qui défient les catégories actuelles de télévision, de radio, de téléphone et d'ordinateur. Il incombe donc au comité d'embrasser leur apparition en formulant des recommandations qui sont réellement utiles.

• 1555

These services will be created by organized, self–employed production people competing fairly with each other based on negotiated minimum standards. They will be engaged by an effective group of public employees smaller in number than the current structure provides for, and directed by a board that is appointed by dint of experience and merit—as opposed to political patronage—and which includes representatives of the organized self–employed who provide the content.

Ces services seront créés par des travailleurs syndiqués indépendants oeuvrant dans le domaine de la production, lesquels se feront concurrence en se basant sur des normes minimales négociées. Ils seront embauchés par un groupe de fonctionnaires efficaces, dont le nombre sera inférieur à celui de la structure actuelle, et gouvernés par un comité qui sera nommé en raison de son expérience et de ses mérites plutôt qu'en raison de ses affiliations politiques. Ce comité comprendra des représentants du groupe de travailleurs syndiqués indépendants qui fourniront le contenu.

[*Text*]

Publicly funded communication operations will not be in the delivery business. Their services will be delivered at cost by all federally licensed systems, including cable, telephone, satellite, wireless or any other emerging system, as a condition of licence.

Funding: Any agency or agencies that provide services in the public interest will be funded publicly by parliamentary allocation, by revenues generated by effective exploitation of the sum of its products within and beyond our borders, and by user fees when and if it is deemed appropriate or necessary—and there are a number of categories of users that we could talk about later.

It will not rely on advertising as we know it now. That is to say, there will be no streams of 30–to 90–second messages unrelated to the content of the programs. There may be room for institutional sponsorship as long as such sponsors are at arm's length from the production process.

Programming: The nature of its programming will result from the fulfilment of its legislative mandate. The content will provide for expressions of our shared cultural values as they relate to our social reality and in particular to our social history, interpretation of news and current affairs, the best work of our artistic community and the celebration of our highest achievement in all areas of shared experience.

The managers of the agency or agencies will be sensible of their responsibility to provide content that is not already provided for by private sector programming. The public broadcaster will continue, in other words, to lead in terms of quality and diversity.

Structure: By the turn of the century, the CBC will have reduced its number of full–time employees by a further 25%. It will be engaged in joint ventures with provincial agencies and others, such as the alternative programming services contemplated under section 3 of the 1991 Broadcasting Act, for the provision of programming of general interest, and also for programming of particular interest to Canadians by dint of location within a region, specific demographic characteristics, and educational priorities.

The structure of the corporation will adapt to its legislative mandate, which will be clearer—this is a prayer—as a result of the melding of the Broadcasting Act and the Telecommunications Act, as wisely recommended to this committee by J.R. Peters.

We hope that this committee can bring this vital point forward within the political process, but we know from experience that it cannot be achieved overnight. The characteristics of governments—and I think this goes at what my colleague was driving at—suggested above will be enshrined in the new legislation, which suggests that the current structure provides for too many political masters—for example, the Minister of Communications, the CRTC, the Treasury Board, and this committee, all with at least a potential for a direct influence in the affairs of a public agency. New legislation and re–regulation should address this problem.

[*Translation*]

Les opérations de communications publiquement financées ne seront pas dans le domaine de la livraison. Leurs services seront livrés au prix coûtant par tous les systèmes autorisés par le gouvernement fédéral dont la câblodistribution, le téléphone, les satellites, les sans–fil ou tout autre système émergeant, et ce, en tant que condition pour l'obtention d'un permis.

Financement: Toute agence qui fournit des services d'intérêt public sera financée publiquement par allocation parlementaire, par des revenus générés grâce à l'exploitation efficace de certains de ses produits à l'intérieur et à l'extérieur de nos frontières, et par des frais perçus auprès des utilisateurs lorsqu'il semblera nécessaire et approprié de le faire. Il existe un certain nombre de catégories d'utilisateurs dont nous pourrons parler plus tard.

Elle ne sera pas dépendante de publicité telle qu'elle existe actuellement. C'est–à–dire qu'il n'y aura plus de défilés de messages de 30 à 90 secondes qui ne se rapportent aucunement au contenu des émissions. Les subventions institutionnelles pourraient être permises, à condition que les organismes qui donnent les subventions ne se mêlent pas au procédé de production.

Programmation: Le caractère de sa programmation découlera de la réalisation de son mandat législatif. Le contenu fournira la possibilité d'exprimer nos valeurs culturelles partagées telles qu'elles se rapportent à notre réalité sociale et, plus précisément, à notre histoire sociale, à notre interprétation des nouvelles et des affaires courantes, aux meilleurs efforts de notre communauté artistique et à la célébration de notre plus importante réalisation dans tous les domaines de l'expérience partagée.

Les directeurs de l'agence ou des agences seront sensibles à leur responsabilité d'offrir un contenu qui n'est pas déjà fourni par la programmation du secteur privé. Le radiodiffuseur public continuera d'être un chef de file en ce qui a trait à la qualité et à la diversité de ses produits.

Structure: D'ici la fin du siècle, la SRC aura réduit son effectif à plein temps d'encore 25 p. 100. Elle sera engagée dans des co–entreprises avec des agences provinciales et d'autres organismes, comme les différents services de radiodiffusion prévus dans la partie 3 de la Loi sur la radiodiffusion de 1991, pour fournir de la programmation d'intérêt général et particulier pour les Canadiens en raison de leur emplacement à l'intérieur d'une région, de caractéristiques démographiques précises ou de priorités en matière d'éducation.

La structure de la SRC s'adaptera à son mandat législatif qui sera plus clair—du moins nous le souhaitons—suite à la fusion de la Loi sur la radiodiffusion et de la Loi sur les télécommunications, comme l'a judicieusement recommandé M. J.R. Peters à votre Comité.

Nous espérons que le Comité pourra faire ressortir cet élément essentiel à l'intérieur du procédé politique et nous savons par expérience que cela ne peut pas se faire du jour au lendemain. Les caractéristiques de gouvernance mentionnées ci–dissus—et cela nous ramène à ce que nous disait mon collègue—seront sauvegardées dans la nouvelle législation. À notre avis, la structure actuelle permet l'existence d'un trop grand nombre de maîtres politiques (soit le ministre des Communications, le CRTC, le Conseil du Trésor et votre Comité) ayant une influence directe sur les affaires de l'agence publique. Nous estimons que la nouvelle législation et la déréglementation devraient régler ce problème.

[*Texte*]

Funding: The CBC will have all but ceased to rely on advertising revenue as we know it. With public recognition of the central importance of publicly owned communication services to the political and economic well–being, the allocation of resources will be appropriate to the production of high–quality programs. Its partnerships with provincial agencies will provide economies of scale and access to human resources unknown heretofore. The corporation will also begin to realize significant savings by lessening the cost of delivery and efficiencies gained through a rational labour relations regime.

Programming: As a result of the lessening of the commercial imperative, programs will exhibit greater depth. Fewer interruptions will mean more flexible formats. The ability to contract services will provide for higher production values. And the committee here should be aware of the success of the "producer's choice" experiment undertaken by the public broadcaster in the U.K. as support for this last assertion.

At the same time, the volume and variety of programming services will have increased through partnerships with provincial agencies and through the establishment of the alternative programming services. These partnerships will provide economies of scale and address the need to reflect cultural and regional diversity.

[*Traduction*]

Financement: La SRC aura presque entièrement cessé de dépendre des revenus publicitaires dans leur forme actuelle. Le grand public étant conscient de l'importance cruciale des services de communications publics pour notre santé politique et économique, l'attribution de ressources sera bien adaptée à la production d'émissions de grande qualité. Ses associations avec des agences provinciales lui permettront de réaliser des économies d'échelle et lui donneront accès à des ressources humaines jusqu'à maintenant inconnues. La SRC commencera également à réaliser des économies importantes en réduisant les coûts de livraison et grâce à un régime logique de relations du travail qui lui permettront d'être plus efficace.

Programmation: N'étant plus assujetties au même impératif commercial, les émissions auront plus de profondeur. Les formats pourront être plus souples car il y aura moins d'interruptions. Grâce à la sous–traitance de certains services, les valeurs de production seront supérieures. Le Comité devrait être au courant du succès de l'expérience *producer's choice* (le choix du producteur) entreprise par le radiodiffuseur public du Royaume–Uni, qui donne la preuve de ce que nous avançons.

En même temps, le volume et la variété des services de programmation auront augmenté grâce à des associations avec des organismes provinciaux et à l'établissement des services de programmation de rechange. Ces associations permettront de réaliser des économies d'échelle et répondront au besoin de refléter la diversité culturelle et régionale du pays.

• 1600

Short–term structure: The CBC will continue to reduce its complement of full–time employees through attrition. Many of its current employees will move into the organized self–employed bargaining units, which currently operate throughout the sector on a freelance basis.

Those who are engaged in delivery services will be retrained for the private sector, which will be providing delivery. For example, the telcos are actively pursuing delivery of a variety of services, including programming services. They will need experienced workers as they enter this field. The adjustment from analogue to digital delivery is in its formative stage. They can begin to do that in the short term. I must point out that Human Resources Development Canada has done a definitive study of training and retraining in the cultural sector, which must be implemented in that context.

With the implementation of the Canadian Artists and Producers Professional Relations Tribunal, under the administration of Human Resources Development Canada, the CBC will be in a position to certify agreements with the organized self–employed. This will enable the realization of long–awaited efficiencies in labour relations, which will result in savings and an improvement in production values through increased competition among providers of production services.

Structure à court terme: La SRC continuera de réduire son effectif d'employés à temps plein par l'entremise d'attrition. Plusieurs de ses employés actuels commenceront à passer aux unités syndicales collectives de travailleurs indépendants, qui se déploient présentement à travers tout le secteur à la pige.

Ceux qui s'occupent de livraison de services recevront une nouvelle formation pour le secteur privé qui fournira la livraison. Par exemple, Telcos poursuit activement la livraison d'une variété de services dont des services de programmation. Il aura besoin de travailleurs qui ont de l'expérience lorsqu'il s'engagera dans ce domaine. La transformation de la livraison sous forme analogue à la livraison sous forme digitale est dans son enfance. Il peut commencer ce genre d'activités à court terme. Je dois vous signaler que le Ministère du Développement des ressources humaines Canada vient de terminer une étude complète portant sur la formation et le recyclage au secteur culturel, qui doit être mise en vigueur.

Avec l'implantation du Canadian Artists and Producers Professional Relations Tribunal, sous l'administration du service de développement des relations humaines du Canada, la SRC sera en position de certifier des accords avec les pigistes syndiqués. Ceci permettra la réalisation d'efficacités attendues depuis longtemps dans le domaine des relations du travail, qui auront comme résultat des économies et une amélioration des valeurs de production par l'entremise d'une augementation de la concurrence parmi les fournisseurs de services de production.

[*Text*]

Under no circumstances will this new approach lead to lower levels of compensation or protection of the individuals involved in the production process. To do otherwise would exacerbate the loss of our best people in both creative and technical categories to the overall economic development in Canada.

The Chair: One minute, and perhaps you might want to cut to the conclusion.

Mr. Crawley: Perhaps I could, but I do want to make the point about going to advertising. I reiterate the point made by Mr. Peters here that we could use less time for advertising and still generate the same funds. This may contradict what my colleague said, but I think it bears some scrutiny.

I'm going to cut then to the specific recommendations:

(1) A leaner payroll offset by a commitment to higher levels of production in partnership with the private sector under a labour relations regime designed to enhance the role of organized self–employed individuals. Governance structures that promote the necessary adjustment can evolve from appropriate representation within the current structure. That is, I'm suggesting that as appointments are made in the short term, representatives from the industry, from labour within and outside the organization be there rather than political appointees.

(2) Enunciating the ultimate goal of eradicating the commercial imperative, enunciating that now, which can be served by an immediate reduction in the dependence of advertising time for revenues.

(3) The CBC must be provided with a new legislative base from which to operate, which entails the integration of the Broadcasting Act and the Telecommunications Act as they relate to cultural and economic development within Canada, and which takes into account the indispensable role of the state in providing appropriate services to all Canadians.

Have I used up my minute yet?

The Chair: Yes. Thank you very much, I think—

Mr. Crawley: You can read that I said thank you later on.

The Chair: Thank you. I certainly think you've given us something to chew over when we meet with the advertisers tomorrow, which is part of the dynamic of learning about these things.

We now move along to the next group, which on my list is

l'Union des artistes. C'est monsieur Turgeon qui va faire la présentation?

M. Serge Turgeon (président, Union des artistes): Merci, monsieur le président, mesdames et messieurs les députés. Je vous dirais au point de départ que comme notre camarade de l'ACTRA vient de le faire, en ce qui nous concerne, notre propos va concerner uniquement le réseau français de. . .

Mr. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Is there an English translation available of this presentation?

[*Translation*]

Cette nouvelle approche ne mènera en aucun cas à des niveaux inférieurs de compensation ou de protection des personnes chargées du procédé de production. En agissant autrement, nous pourrions exacerber la perte de nos meilleures ressources humaines dans les catégories créative et technique, ce qui nuira à la croissance économique globale au Canada.

Le président: Il vous reste une minute, vous devriez peut–être aller tout droit aux conclusions.

M. Crawley: Oui, je pourrais faire ça, mais je veux quand même soulever la question de la publicité. Je veux revenir à l'observation de M. Peters, qui a fait valoir qu'on pourrait réduire la publicité sans aucune perte de revenu. Cela va peut–être contredire les propos de mon collègue, mais je crois qu'il faut décortiquer ce point de vue.

Je vais maintenant vous parler des recommandations précises:

1. Des salaires moins élevés, contrebalancés par un engagement à des niveaux de production plus élevés en association avec le secteur privé sous un régime de relations de travail conçu pour rehausser le rôle de travailleurs indépendants. Des structures de gouvernance qui promouvoient l'ajustement nécessaire peuvent ressortir d'une représentation appropriée à l'intérieur de la structure actuelle. Je propose autrement dit de faire des nominations à court terme parmi les représentants de l'industrie, à l'intérieur ou à l'extérieur de l'organisme, plutôt que de faire des nominations de nature politique.

2. L'énonciation du but ultime d'éradiquer l'impératif commercial qui peut être servi par une réduction immédiate dans la dépendance sur les revenus publicitaires.

3. Il faut fournir à la SRC une nouvelle base législative à partir de laquelle elle peut fonctionner, ce qui implique la fusion de la Loi sur la radiodiffusion et de la Loi sur les télécommunications comme elles se rapportent au développement culturel et économique au Canada et qui tient compte du rôle indispensable de l'État dans la fourniture de services appropriés à tous les Canadiens.

Est–ce qu'il me reste encore du temps?

Le président: Non. Merci beaucoup, je crois que. . .

M. Crawley: Vous verrez en lisant le document que j'ai ensuite adressé des remerciements.

Le président: Merci. Votre exposé nous fera certainement réfléchir lorsque les représentants de la publicité comparaîtront demain, ce qui fait partie du processus d'apprentissage.

Je demanderais donc au prochain groupe de prendre la parole. D'après l'ordre du jour, je vois que nous avons

The Union des artistes. Will Mr. Turgeon be making the presentation?

Mr. Serge Turgeon (President, Union des artistes): Thank you, Mr. Chairman, members of the Committee. I would like to tell you at the outset that, like my colleague from ACTRA has just done, my comments will concern solely the French network of—

M. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Est–ce qu'il y aura une traduction anglaise de cet exposé?

[*Texte*]

The Chair: Apparently not. No.

M. Turgeon: N'avez–vous pas la traduction simultanée, monsieur le président?

Le président: Oui.

M. Turgeon: Nous revenons nous aussi d'une rencontre dans un autre secteur à Ottawa et on n'avait pas de document français, alors on a fait avec.

Le président: On peut soumettre le document dans l'une ou l'autre langue.

M. Turgeon: C'est ce que je pensais. Donc, mon dix minutes commence maintenant, monsieur le président?

The Chair: Mr. Ianno?

Mr. Ianno (Trinity—Spadina): Were you asked for a translation by us by any chance? It's no big deal, I'm just curious.

Mme Lucie Beauchemin (directrice des communications, Union des artistes): On nous a dit que si nous disposions du temps nécessaire pour procéder à une traduction, ce serait apprécié. Comme nous ne disposions pas de ce temps, nous avons soumis un document que la traductrice s'apprête à vous lire, si vous êtes éveillés bien sûr.

The Chair: There's one other question.

Mr. Ianno: When were you notified that you were going to be presenting to us?

Mme Beauchemin: Je n'ai pas mon document ici pour vous répondre précisément, monsieur.

Mr. Ianno: Are we talking two or three weeks, something of that nature? Just give us a rough estimate.

M. Serge Demers (directeur général, Union des artistes): Nous avons été informés dans les délais. Nous avons eu des contraintes internes à notre organisation que, selon moi, nous n'avons pas à justifier ici et je dois ajouter que notre budget ne prévoit pas des dépenses de traduction.

Mr. Ianno: I just want to know from our perspective when you were notified.

M. Demers: Nous avons été informés dans les délais normaux.

• 1605

Mr. Ianno: A couple of weeks? Two weeks? It's not a reflection on you.

Mr. Demers: At least a couple of weeks, maybe a little more.

Le président: Merci. Les dix minutes commencent maintenant.

M. Turgeon: Je vous dirai, au point de départ que pendant de nombreuses années, Radio–Canada a joué un rôle majeur dans la prise de conscience de la dimension francophone de ce pays, et qu'en favorisant la promotion et la diffusion de la culture francophone, Radio–Canada a donc été un important levier de développement culturel du Québec contemporain et le point de convergence d'une conscience francophone pancanadienne.

[*Traduction*]

Le président: Il paraît que non. Non.

Mr. Turgeon: Don't you have simultaneous translation, Mr. Chairman?

The Chair: Yes.

Mr. Turgeon: We, too, just got back from a meeting in another sector in Ottawa where there were no French documents, so we had to make do.

The Chair: Documents can be submitted in either language.

Mr. Turgeon: That's what I thought. Will my 10 minutes start now, Mr. Chairman?

Le président: Monsieur Ianno?

M. Ianno (Trinity—Spadina): Est–ce que notre comité vous a demandé une traduction? Ce n'est pas bien grave, je suis simplement curieux.

Mrs. Lucie Beauchemin (Director of Communications, Union des artistes): We were told that if we had enough time to translate the document, it would be appreciated. However, since we did not have the time, we submitted a document that the translator will read to you, that is, if you are awake.

Le président: Il y a une autre question.

M. Ianno: Quand avez–vous appris que vous deviez comparaître devant nous?

Mrs. Beauchemin: Since I don't have my document here, I can't give you a precise answer.

M. Ianno: S'agit–il de deux semaines, de trois semaines, quelque chose de ce genre? Je ne veux qu'une réponse approximative.

Mr. Serge Demers (Executive Director, Union des artistes): We were given proper notification. There were some internal constraints within our organization which I feel we do not have to justify here and I must add that our budget does not allow for translation expenses.

M. Ianno: Je voulais tout simplement savoir quand on vous a informés que vous deviez comparaître ici.

Mr. Demers: We were given the usual notification.

M. Ianno: Quelques semaines? Deux semaines? Cela ne vous discrédite aucunement.

M. Demers: Au moins deux semaines, peut–être un peu plus.

The Chair: Thank you. The 10–minute period will be starting now.

Mr. Turgeon: I would like to start off by saying that Radio–Canada played, for many years, a major role in the awakening of the Francophone element in this country, and that by promoting and broadcasting Francophone culture, this organization was an important tool in the cultural development of modern Quebec and a focal point for Francophone consciousness right across the country.

[*Text*]

Radio–Canada a aussi permis de démocratiser les arts et la culture en permettant, à un coût minime, il faut le dire, à des millions de gens d'accéder aux oeuvres de nombreux créateurs et d'artisans impliqués dans notre production culturelle. De ce fait, Radio–Canada a servi de miroir et de conscience aidant les francophones à mieux se connaître, à communiquer et à débattre des questions qui les concernaient. C'est donc devenu un cliché, mais celui–ci recouvre quand même un fait réel, que Radio–Canada a été une fenêtre sur le monde en présentant et en analysant, pour les gens d'ici, les événements d'ailleurs avec des yeux et des interprétations qui sont propres à notre contexte et à notre environnement.

À titre de service public, Radio–Canada a su, au fil des années, répondre à des besoins qui n'ont pas été, et ne sont pas toujours satisfaits par les télévisions privées. On est bien conscients du rôle social de Radio–Canada, et on sait que des publics qui ne sont pas considérés comme intéressants sur le plan commercial seraient sans doute oubliés ou négligés sans la présence de Radio–Canada. Nous comprenons, jusqu'à un certain point, que les télévisions privées n'ont pas toujours les moyens ou l'intérêt pour offrir des émissions considérées comme non rentables. Je pense aux importantes émissions pour les jeunes, par exemple. Donc, en soi, cela justifie déjà la présence d'un diffuseur public comme Radio–Canada dont la logique devrait différer de celle des diffuseurs privés.

En somme, Radio–Canada, service public, a joué un rôle considérable s'adressant à tous les publics, sans distinction d'âge ou de statut économique, en diffusant une large gamme de programmes parfois générateurs de très larges auditoires, et parfois aussi destinés à des publics plus ciblés.

Toute télévision, on le sait, doit s'adresser à l'intelligence de ses spectateurs, mais il faut reconnaître que Radio–Canada a su être à l'écoute des sensibilités des téléspectateurs en visant la qualité et l'intelligence dans la plupart de ses émissions.

La qualité est un concept bien difficile à définir. Cela va de soi. Toutefois, je vais vous donner un exemple pour exprimer cela. Ces dernières années, notre société a connu un large débat autour du phénomène de la violence à la télévision. Encore, ce matin, cela fait la manchette des journaux. Nous sommes forcés d'admettre que, durant les moments les plus forts de ce débat, Radio–Canada a rarement été la cible des téléspectateurs face à ce problème.

Radio–Canada a contribué à développer non pas l'homogénéité au sein d'une communauté en quête de ses solutions, mais une identité forte respectant la diversité des idées et des positions quant aux solutions qui s'offraient à elle. Cette identité, cette conscience n'a sans doute pas plu à tout le monde. De ce point de vue, Radio–Canada a peut–être été victime de son propre succès. L'Union des artistes croit que plus s'accentuait cette prise de conscience, plus le gouvernement fédéral a eu tendance à fermer le robinet, et a donc tenter de réorienter le mandat de Radio–Canada vers la promotion d'une identité nationale unitaire.

[*Translation*]

Radio–Canada also democratized arts and culture as it enabled millions of people to have access, at minimum cost, it must be said, to the works of numerous creators and artists working in the cultural field. Radio–Canada was both a mirror and our conscience, helping Francophones to learn more about one another, to communicate and to discuss issues of importance to them. Although it has become a cliché, it is nevertheless quite true to say that Radio–Canada provided a window on the world by presenting and analyzing for the people who live here, events as seen through the eyes of people from our own circumstances and environment.

As a public service, Radio–Canada has, over the years, responded to needs that have not been and will never be satisfied by private television. We are all very conscious of the social role to be played by Radio–Canada, and we know that certain sectors that are not considered to be attractive from a business viewpoint would undoubtedly be omitted or neglected without the presence of Radio–Canada. To a certain extent, we understand that private television does not have either the means or the interest required to provide so–called unprofitable programming. Programming for youth is one type of important programming that springs to mind. Therefore, this alone justifies the presence of a public broadcaster such as Radio–Canada, whose mission must be different from the private broadcasters'.

Generally speaking, Radio–Canada as a public service, played an important role in appealing to all different types of audiences, making no distinction on the basis of age or economic status, by broadcasting a wide range of programs which at times were seen by very large audiences and, at times, by more targeted audiences.

We all know that any television network must appeal to the intelligence of its viewers, but we must recognize that Radio–Canada knew how to remain in tune with its television audience through the quality and the intelligence evident in most of its programming.

Quality is obviously a concept that is very difficult to define. Nevertheless, I would like to give you an example that expresses what this quality is. Over the past few years, there has been a great deal of discussion in our corporation about the phenomenon of violence on television. This morning, this subject made the headlines in the newspapers. We must admit that, during the most heated moments of this debate, television viewers rarely singled out Radio–Canada regarding this problem.

Radio–Canada helped develop homogeneousness within a community looking for solutions as well as a strong identity that was respectful of the diversity of opinions expressed and stances taken as regards the choices available. No doubt this identity, this consciousness, did not please everyone. From this perspective Radio–Canada was perhaps a victim of its own success. The Union des artistes believes that the more this awakening took hold, the more the federal government tended to turn off the tap, and to redirect Radio–Canada's mandate to focus on a unitarian national identity.

[*Texte*]

Puisqu'on s'adresse ici à des élus canadiens qui doivent assumer des responsabilités publiques, eh bien, nous devons affirmer que les problèmes rencontrés aujourd'hui par Radio–Canada ne sont pas qu'économiques, ils sont aussi politiques. Plus que cela, je vous dirais que la politique est à la source d'une bonne part de ses problèmes économiques.

On va nous répondre que la télévision publique est en crise partout. C'est vrai. Mais, si la télévision publique d'ici connaît des problèmes comparables à ceux d'autres télévisions publiques dans le monde, il faut garder bien en vue les spécificités canadiennes des problèmes vécus par la télévision française au Canada. Donc, il nous apparaît que le débat actuel sur la télévision publique au Canada procède comme s'il existait dans ce pays «une» télévision devant rendre compte d'«une» réalité. Nous nous élevons contre cette vision des choses qui nous paraît en contradiction flagrante avec la réalité canadienne.

Jusqu'à ces dernières années, les Canadiens ont entretenu une conception d'eux–mêmes dans laquelle la dualité linguistique était une évidence. Si elle ne faisait pas le bonheur de tous, cette dualité, au moins, était reconnue comme une réalité qui s'exprimait tout naturellement dans la présence de deux réseaux distincts de télévision, l'un français, et l'autre anglais.

• 1610

Depuis quelques années, on a vu se dessiner, à la tête de la Société Radio–Canada, une autre vision de la télévision publique. Sous prétexte de rationalisation, bien sûr, de meilleure gestion, on conçoit de plus en plus la télévision publique comme étant un seul grand réseau national. Est–ce pour cette raison que sont confondus les rapports budgétaires sur les activités de la CBC et de Radio–Canada? Cette situation a été dénoncée maintes fois. On nous répond qu'il s'agit de régie interne. Eh bien, nous protestons contre la notion qui ramène la répartition des budgets entre CBC et Radio–Canada à une simple question de régie interne.

Bien sûr, parfois il y a des chiffres plus éclairants qui sont dévoilés sur le sujet. On a pris connaissance de certains d'entre eux quand ont eu lieu les audiences publiques sur le renouvellement des licences des réseaux français et anglais de la télévision publique, un peu plus tôt cette année. Nous avons alors affirmé que la disproportion des budgets attribués aux deux réseaux atteignait des niveaux scandaleux, et qu'il existait des disparités criantes entre les sommes allouées aux deux réseaux pour la réalisation d'activités identiques.

Une dramatique d'une heure, monsieur le président, c'est une dramatique d'une heure, ajoutant que le réseau français devait se débrouiller avec un budget qui n'atteignait même pas la moitié de celui du réseau anglais. Or, dans cette logique, ce sont les artistes–interprètes et les autres artisans du milieu qui risquent à tout moment d'être mis à contribution pour «subventionner» leur télévision publique par le biais de coupures dans leurs cachets ou leurs droits. C'est une situation qui, vous le comprendrez, est intolérable et inacceptable.

Est–ce que c'est ce même esprit centralisateur qui explique certains choix de Radio–Canada ces dernières années, comme la fermeture des stations régionales et le glissement du sens attribué au concept même des régions? C'est ainsi qu'on

[*Traduction*]

Today we are speaking before Canadian elected officials, who have public responsibilities, and so we must affirm that the problems facing Radio–Canada today are not only economic ones, they are also political problems. More than that, I would say that it is politics that has caused many of the Corporation's economic problems.

You will answer by saying that public television is in a crisis situation. That is true. Although public television here is experiencing the same kind of problems facing other public television networks in the world, we must not overlook those Canadian issues that are specific to the problems facing French television in Canada. It therefore seems to us that the current debate on public television in Canada is proceeding as though there were only *one* television network in this country that relates *one* reality. We are strongly against this vision, which, in our view, is in flagrant contradiction with Canadian reality.

Until a few years ago, Canadians viewed themselves in a manner which reflected our linguistic duality. Although this duality did not please everyone, at least it was recognized as a reality which was quite naturally expressed through two distinct television networks, one French and one English.

For a few years now, we have seen a new vision of public television developed at the head of Radio–Canada. With streamlining and better management as pretexts, public television is increasingly being considered as one vast national network. Is that why budget reports on CBC and Radio–Canada activities are presented in joint form? We have condemned that practice repeatedly and been told that it is a matter of internal management. Well, we protest the notion that reduces the distribution of budget funds between the CBC and Radio–Canada to a simple matter of internal management.

Sometimes, of course, some more enlightening figures are released in this regard. We became aware of some of these figures during the public hearings on the license renewal of the French and English public television networks a bit earlier this year. At that time, we stated that the disparity in the budgets allocated to the two networks was scandalous and that there was an outrageous lack of proportion between the amounts allocated to the two networks to carry out identical activities.

Mr. Chairman, a one–hour dramatic program is a one–hour dramatic program, and the French network has to make do with less than half of the budget of the English network. Pursuant to that logic, actors and other artists who work in the field constantly run the risk of being asked to subsidize public television through cuts to their fees or their rights. You will understand that that situation is intolerable and unacceptable.

Is that centralizing spirit the explanation behind some of the choices the SRC has made these past few years, such as closing regional stations; does it explain the slippage we see in the varied definition of the concept of a region? Thus, we now see,

[*Text*]

accorde dorénavant plus d'importance dans les bulletins de nouvelles chez nous à des descriptions champêtres de l'Ouest canadien qu'au maintien d'un lien véritable avec les populations de l'Est du Québec. L'Union des artistes considère qu'une telle façon de définir les régions ne correspond ni à la réalité démographique, ni à la réalité culturelle de ce pays.

En ce qui a trait au financement de notre télévision publique, l'Union des artistes est consciente des dangers que représente le recours au financement publicitaire pour la Société Radio–Canada. La course aux revenus publicitaires risque à tout moment d'écarter Radio–Canada de son mandat. Cependant, nous ne croyons pas que la publicité soit elle–même un problème, puisqu'il s'agit là d'une source de financement qui, de toute façon, n'a pas empêché Radio–Canada d'offrir un service de qualité pendant plusieurs décennies, et cela, depuis sa fondation.

Cependant, la multiplication du nombre de diffuseurs recourant à ce type de financement a accentué la concurrence pour cette ressource; et la concurrence accrue accompagnée de coupures répétitives du gouvernement dans son budget, cela cause un problème pour la Société.

Est–ce que Radio–Canada devrait se retirer du marché publicitaire? On va laisser aux experts le soin d'en débattre. Une chose est certaine, c'est que si Radio–Canada devait se retirer de ce marché, il faudrait compenser pour le manque à gagner de la télévision publique.

Est–ce qu'on devrait instaurer une redevance sur les récepteurs de télévision comme cela se fait en Europe? Est–ce qu'il faut taxer les diffuseurs privés qui ne pourraient que bénéficier du retrait de Radio–Canada du champ publicitaire? Est–ce qu'il faudrait taxer les profits des câblodistributeurs? Est–ce qu'il faudrait taxer les abonnés du câble au moyen d'une taxe progressive applicable, par exemple, aux agencements de canaux spécialisés et non aux services de base du câble? Toutes ces hypothèses, et bien d'autres, vous seront soumises et il vous sera donc possible de les étudier. L'Union des artistes n'en favorise aucune particulièrement.

Toutefois, on désire vous rappeler que les solutions retenues devront contrecarrer la tendance au commercialisme qui ne peut que miner le respect du mandat de Radio–Canada. Et de plus, elles devront tenir compte du fait que Radio–Canada fait face à un contexte de marché non comparable à celui de la CBC.

Pour toutes ces raisons, on croit qu'il est essentiel à leur survie de distinguer les deux réseaux en fonction de leurs auditoires. Sinon, les auditoires traditionnels qui leur sont propres et qui sont géographiquement fort bien différenciés risquent de ne plus s'y retrouver dans le transculturalisme, dans le centralisme administratif et autre repositionnement émanant de la haute direction de CBC—Radio–Canada.

Nous sommes persuadés qu'outre ces problèmes économiques, Radio–Canada, télévision publique française, souffre d'un problème d'identité qu'elle ne connaissait pas il y a de cela encore quelques années. Tant que la télévision publique ne sera pas recentrée sur son auditoire traditionnel, elle ne retrouvera pas cette identité.

[*Translation*]

on our newscasts, more importance being given to descriptions of the rural Canadian West than to maintaining a real link with the populations of Eastern Quebec. The Union des artistes considers that that definition of regions corresponds neither to the demographic reality nor to the cultural reality of our country.

As to the funding of our public television, the Union des artistes is aware of the dangers that seeking funds through publicity poses for the SRC. The race to generate income through publicity means that the CBC/SRC may at any time stray from its mandate. Be that as it may, we do not believe that publicity as such is a problem, since it is a source of funding which has not prevented the CBC/SRC from providing a high quality service over many decades, since its inception.

However, the large increase in the number of broadcasters who are resorting to this method of generating income has increased the competition for that resource; that increased competition, accompanied by repeated cuts in its budget by government does cause a problem for the Corporation.

Should the CBC stop broadcasting advertisements? We will let the experts debate that one. One thing is certain: should the CBC stop broadcasting advertisements, the shortfall in public television's revenues would have to be compensated.

Should we institute a special levy on television receivers as they do in Europe? Should we tax private broadcasters, who could only benefit should the CBC withdraw from the publicity market? Should we tax cable distributors' profits? Should we tax cable subscribers by means of a progressive tax that would only apply, for instance, to specialty channels and not to basic cable service? All of these options, as well as many others, will be submitted to you, and you will thus have the opportunity of studying them. The Union des Artistes favors no one of those options above the rest.

We do, however, wish to remind you that the solution chosen should counter the trend to commercialism which can only undermine respect for the SRC's mandate. Furthermore, those solutions should take into account the fact that the SRC operates in a market context that is not comparable to the CBC's market environment.

For all those reasons, we believe that if both networks are to survive, it is essential that they be defined separately, as a function of their different viewing audiences. Otherwise, the traditional viewing audiences they both have, quite different geographically, run the risk of getting lost in transculturalism, administrative centralism and other repositionings developed by the upper echelons of CBC/SRC.

We remain convinced that aside from its financial problems, the SRC, the French television public network, is suffering from an identity problem it did not have a few years ago. We believe that it will not solve its identity crisis as long as public television is not once again targeted to its traditional audiences.

[*Texte*]

On reconnaît l'apport de Radio–Canada comme phare de la Francophonie canadienne dans son ensemble, et comme reflet d'un Québec contemporain fort et dynamique. Et c'est en raison de ce qu'elle peut être justement que nous dénonçons la dérive actuelle de la télévision publique française. L'Union des artistes voudrait donc obtenir les assurances suivantes, et c'est là–dessus que je vais terminer, monsieur le président.

Voici ce que nous voudrions:

—Si la télévision, de même que la radio, doivent tenir compte des réalités de ce pays, il faut d'abord reconnaître ces réalités en instituant deux réseaux distincts, anglais et français, ayant des structures distinctes et dont les sièges sociaux sont situés en fonction de leur auditoire principal, à savoir Montréal, pour le réseau français.

• 1615

—Chaque réseau devrait bénéficier d'un budget distinct. Quelles que soient les sources de financement qui alimenteront les activités de ces deux réseaux, leurs structures budgétaires doivent être limpides, ouvertes, transparentes.

—Il doit être compris qu'une région est une partie des auditoires respectifs auxquels s'adressent les deux réseaux. La Gaspésie est une région pour Radio–Canada, mais pas l'Ouest canadien. Chaque réseau devrait donc revenir à une stratégie qui cherche à établir des liens avec les populations des régions plutôt que les couper.

—Finalement, le mandat du réseau français doit être axé sur la promotion de la culture francophone d'ici par la production et la diffusion d'émissions d'information, de culture, d'éducation et de divertissement approprié aux intérêts et aux attentes de ses auditoires. Le réseau français doit bénéficier d'une pleine autonomie dans l'élaboration de sa programmation, il doit être indépendant de l'appareil politique et libre de décrire les multiples réalités de ce pays, hors du carcan d'immunités factices et réductrices.

La télévision publique fut conçue pour fournir un service de télévision indépendant des pressions commerciales et des intérêts privés, et indépendant des orientations et des préoccupations politiques du gouvernement du jour. Donc, plus que jamais, les francophones de ce pays ont besoin d'une telle télévision.

En terminant, je vous dirai que l'Union des artistes soutient que c'est en redonnant à Radio–Canada les moyens d'assurer son indépendance et en redonnant Radio–Canada à son auditoire principal que sera assuré l'avenir de la télévision publique française dans ce pays. Quel que soit le nombre de canaux, l'attachement du public ira toujours vers une programmation qui le respecte et à laquelle, c'est très important, il peut s'identifier. C'est là tout le rôle d'une télévision publique. Je vous remercie.

Le président: Merci bien, monsieur Turgeon, et merci aussi pour une dizaine de minutes très bien calibrées, si je peux dire.

Now we come to the last of our presenters. From the Canadian Media Guild are Mr. Arnold Amber and Mr. Hal Doran. I don't know how you're going to handle your ten minutes.

Mr. Arnold Amber (Vice–President, Canadian Media Guild): Mr. Chairman, I will not be reading our document. I presume you can do that on your own. However, I would like to discuss and bring to the attention of this committee a few issues that I think are pertinent.

[*Traduction*]

We recognize Radio–Canada's contibution as a beacon for all of the Canadian Francophonie and as a reflection of the strong and dynamic Quebec of today. And it is precisely because of what it can be that we wish to denounce the current shift and slippage in French public television. The Union des Artistes would like to obtain the following assurances, and I will conclude with that, Mr. Chairman.

This is what we are asking for:

—If television, as well as radio, are to reflect this country's realities, we should first and foremost recognize those realities by instituting two distinct networks, one English and one French, with distinct structures. The location of their head offices should take the location of the bulk of their audience into account, which means Montreal, for the French network.

—Each network should have its own budget. Whatever the sources of financing for the activities of both networks are, their budgetary structures must be clear, open and transparent.

—It must be understood that a region is a part of the respective television audiences of both networks. The Gaspé is a region for Radio–Canada, but the same cannot be said of western Canada. Each network should thus once again have a strategy which seeks to establish, rather than cut, links with regional populations.

—Lastly, the French language network's mandate should be geared toward promoting our own francophone culture through the production and broadcasting of news, cultural, educational and entertainment programs corresponding to the interests and expectations of its audience. The French language network should have autonomy as regards its programming; it should be independent from the political apparatus, and be free to describe the various realities of our country, far removed from the straightjacket of false and narrow immunities.

The purpose of public television was to offer a television service that was independent from commercial pressures and private interests, and from the political orientations and concerns of the government of the day. This is why, today, more than ever, the francophones of this country are in need of this type of television.

In closing, I would say that l'Union des artistes believe that it is by giving back to Radio–Canada the means of ensuring its independence, and of regaining its main audience, that the future of public French language television in this country will be preserved. Whatever the number of channels, the public will always be attracted by programs that respect it and with which—and this is very important—it identifies itself. That is the role of public television. Thank you.

The Chair: Thank you, Mr. Turgeon, and thank you for a very well calculated ten minute presentation.

Nous en arrivons maintenant au dernier témoin. Il s'agit de M. Arnold Amber et de M. Hal Doran de la Canadian Media Guild.

M. Arnold Amber (vice–président, Canadian Media Guild): Monsieur le président, je ne vais pas vous lire notre mémoire, car j'imagine que chacun peut le faire de son côté. J'aimerais néanmoins porter à l'attention du comité un certain nombre des questions qui sont, je le pense, pertinentes.

[*Text*]

First of all, we are the largest union at the CBC and Radio–Canada. We have 3,300 members. We are the people who produce the programs you either listen to or watch on CBC or Radio–Canada—programming that is done outside of Québec and Moncton. We also perform the same functions in radio.

I attended some of your earlier sessions and I noticed that many of the members asked questions with a great deal of passion and conviction, and managed to get their point across. Our members share an equal passion concerning the role of public broadcasting in Canada, the work they do and the place they believe the CBC should occupy in this country.

Some of you may have been amazed as you sat through the presentations of the various people that have come before you. You are discussing not just what happens at the CBC and Radio–Canada, but what is happening in the very large broadcasting industry, an industry that is closely attached to an information community and a cultural community.

I stress this because I think getting the broadcasting system out of its present financial log jam in Canada involves not just a consideration of how to fund the CBC and Radio–Canada, but how to fund broadcasting in general. If the people at the CRTC and other areas of regulation knew that the government would severely cut the level of funding for the CBC, the main part of broadcasting in the country, it might have made different decisions regarding the financing of the cable system, the way it grants licences to broadcasters and conditions under which it allows broadcasters to compete in this country.

What I'm saying is that any recommendations your committee makes must be in terms of how we finance the entire system, not just the CBC and Radio–Canada. Underlying that point of view is our belief that the CBC and Radio–Canada is a cornerstone of the broadcasting system in this country. It is not only the national public broadcaster, it is also the largest broadcaster.

• 1620

I say to you that of all the facts and figures you've seen, it is very, very significant that although the total revenue CBC and Radio–Canada takes up in the broadcasting system is approximately 19.7%, CBC and Radio–Canada programming of things made in Canada from coast to coast equals 42.2% of those programs. I want you to bear that very much in mind, because sometimes when I am sitting here I hear other people say that the public broadcaster is not needed because the private broadcaster is prepared to jump in and take our place. It is in fact, we believe, just to the contrary.

As we say in our brief, public broadcasting has a role to fulfill. It's a role of making Canadian programming, while the private broadcasters continually come before the CRTC and ask for a relaxation on the demands to make programming.

[*Translation*]

Tout d'abord, nous sommes le plus important syndicat à la CBC et à Radio–Canada. Nous comptons 3 300 membres. Nous représentons ceux et celles qui produisent les émissions que vous écoutez ou que vous regardez sur la CBC ou à Radio–Canada—des émissions qui sont réalisées ailleurs qu'au Québec ou à Moncton. Nous accomplissons le même travail du côté de la radio.

J'ai assisté à certaines de vos audiences précédentes, et j'ai remarqué que plusieurs membres du comité ont posé des questions avec beaucoup de passion et de conviction, et qu'ils ont ainsi pu faire passer leur message. Nos membres sont tout aussi passionnés en ce qui concerne le rôle de la radiotélévision publique au Canada, le travail qu'ils font, et la place que la Société Radio–Canada devrait occuper, selon eux, au Canada.

Quelques–uns d'entre vous ont peut–être été étonnés par certains des propos qui vous ont été tenus par les intervenants venus vous rencontrer. Vous discutez, non pas seulement de l'avenir de la CBC et de Radio–Canada, mais de ce qui se passe dans toute l'industrie de la radiotélévision, qui est très vaste et qui est très étroitement associée à une communauté de l'information et à une communauté culturelle.

Si je souligne cela, c'est que je pense qu'il faudra, pour sortir le système de radiodiffusion de l'impasse financière qu'il vit à l'heure actuelle au Canada, examiner, non seulement le financement de la CBC et de Radio–Canada, mais également le financement de l'industrie toute entière. Si les gens au CRTC et les responsables d'autres organismes de réglementation avaient su que le gouvernement allait sabrer dans les fonds mis à la disposition de la Société Radio–Canada, le principal joueur dans ce domaine au pays, ils auraient peut–être pris d'autre décisions à propos du financement du système de câblodistribution, de l'octroi de permis aux radiodiffuseurs, et des conditions dans lesquelles ils autorisent les radiodiffuseurs à se livrer concurrence.

Je veux dire que les recommandations du comité devront porter sur la façon dont on finance le système dans son ensemble, et pas uniquement viser la CBC ou Radio–Canada. Notre point de vue est fondé sur la conviction que la CBC et Radio–Canada sont les pierres angulaires du système de radiotélévision canadien. L'on parle non seulement du radiodiffuseur public national, mais également du plus important radiodiffuseur.

Étant donné tous les faits et chiffres que vous avez pu voir, je tiens à souligner que, bien que les recettes totales de la CBC et de Radio–Canada comptent pour 19,7 p. 100 de celles de l'ensemble du système, leur programmation d'émissions réalisées au Canada représente, pour l'ensemble du pays, 42, 2 p. 100 de ces émissions. Je tiens à ce que vous ne perdiez pas cela de vue, car j'ai déjà entendu des gens dire devant vous qu'on n'a pas besoin du télédiffuseur public étant donné que les opérateurs privés sont prêts à faire le saut et à prendre notre place. La situation est, en fait, tout le contraire selon moi.

Comme nous l'expliquons dans notre mémoire, la radiotélévision publique a un rôle à jouer: celui de réaliser des émissions canadiennes. Les intervenants du privé ne cessent, quant à eux, de demander au CRTC d'assouplir les règles en matière de programmation.

[*Texte*]

I think it's very, very important for you to bear in mind that while we are doing this and you are contemplating where to find other resources for the CBC and Radio–Canada to do its job, it is important that you look at one or two concepts that will be discussed in our brief.

We believe all public funding should go to the public broadcasters, both to the national broadcaster and to any provincial broadcasters that exist. In this province there is a network, in Quebec there is a network, in Alberta there is a network. There are provincially funded public broadcasters as well.

We believe the $70 million from the television section of Telefilm should go only to public broadcasters. We believe that when we do this the CBC and Radio–Canada could be held accountable and could be told that they must, under all conditions, use that money solely for programming purposes.

We think the privates should be taken out of the requirement, other than for local news, to do any Canadian programming. This does not mean they cannot do it. This means they do it only if they wish to do it. We think the private broadcasters would be very happy to be free of the requirements they meet in the most pitiful way right now.

We believe that if we give up the need for the private broadcasters to make these programs, they shouldn't be given any subsidies. We believe independent production can access this public money only if they are making programs for the Canadian people that are being shown on public broadcasting.

We believe the cable companies should have to pay a licence fee to both the CBC and Radio–Canada and the other public broadcasters to use our material.

Lastly, we used the word "could" rather than "should" when we said that people who watch the cable system could be asked to pay a fee for the service.

I would like to say to you that people have come forward in the last two months with a multitude of schemes on how to change the financing of the system. We are not suggesting that the things we put on the table today and in our brief are the answers. We think they are a part of the answer.

What we do think is you cannot come along and chop off a whole bit of money from CBC and Radio–Canada and expect the system to keep in play. We think the system goes to meet the needs of approximately 600,000 people who are involved in cultural industries in Canada. You must remember that we'll suffer greatly if the proposed cuts to CBC and Radio–Canada go on holus–bolus without considering the entire broadcasting system.

I could tell right now that, much to our chagrin, from the unions where people work within the CBC, 48% of all production done for CBC and Radio–Canada is done in the private sector. You must bear that in mind.

I would like to take my last few minutes here to touch upon something you seem to be really, really concerned about, and that is television sports. My perspective is very different from the one you heard from Mr. Manera.

[*Traduction*]

Pendant que nous faisons ce que nous faisons, et que vous cherchez d'autres ressources pour que la CBC et Radio–Canada puissent faire leur travail, il importe que vous examiniez un ou deux concepts dont nous traitons dans notre mémoire.

Nous pensons que tout le financement public devrait profiter aux radiotélévisions publiques, c'est–à–dire au radiodiffiseur national ainsi qu'à tous les organismes de radiotélévision provinciaux. Il existe un réseau dans cette province; il en est de même au Québec et en Alberta. Il y a également des organismes de radiotélévision publique qui sont financés par la province.

Nous pensons que les 70 millions de dollars que téléfilm consacre à la télévision ne devraient bénéficier qu'aux télédiffuseurs publics. Si tel était le cas, la CBC et Radio–Canada seraient tenues de rendre des comptes, et l'on pourrait leur interdire d'utiliser l'argent autrement que pour la programmation.

Quant aux télédiffuseurs privés, ils devraient être libérés de l'obligation de diffuser une programmation canadienne — sauf pour les émissions de nouvelles locales. Cela ne veut pas dire qu'ils n'en auraient pas la possibilité. Tout simplement, qu'ils auraient le choix. Nous pensons que les opérateurs privés seraient ravis d'être dispensés d'exigences qu'ils ne satisfont d'ailleurs à l'heure actuelle que pitoyablement.

Nous croyons que si les télédiffuseurs privés ne sont plus tenus de réaliser ces émissions, ils ne devraient plus recevoir de subventions. En effet, les producteurs indépendants ne devraient avoir accès à ces fonds publics que s'ils réalisent des émissions qui vont être diffusées par les réseaux publics, à l'intention des Canadiens.

Les câblodistributeurs devraient, selon nous, verser à la CBC et à Radio–Canada — ainsi qu'aux autres télédiffuseurs publics — des droits pour l'utilisation du fruit de notre travail.

Enfin, nous avons utilisé le terme «pourrait» et non pas «devrait» lorsque nous avons dit que ceux et celles qui utilisent le câble pourraient payer pour ce service.

J'aimerais vous dire qu'au cours des deux derniers mois les gens ont suggéré de nombreuses façons de modifier le financement du système. Nous ne prétendons pas, ni dans ce que nous avançons aujourd'hui ni dans notre mémoire, que nous détenons la réponse à tous les problèmes. Nous pensons qu'il s'agit seulement d'éléments de réponse.

Mais nous pensons, par contre, que vous ne pouvez pas subitement priver d'argent la CBC et Radio–Canada, et vous attendre à ce que le système continue de jouer son rôle. Le système répond actuellement aux besoins des quelque 600 000 personnes qui oeuvrent dans le secteur culturel canadien. Il ne faut pas oublier que nous souffrirons beaucoup si les coupures qui visent la CBC et Radio–Canada sont mises en oeuvre sans discernement et sans tenir compte du système de radiodiffusion dans son ensemble.

Je peux vous dire — et je parle ici au nom des syndicats qui représentent ceux et celles qui travaillent pour la Société Radio–Canada — qu'à notre grand regret 48 p. 100 de toute la production destinée à la CBC et à Radio–Canada est réalisée par le secteur privé. Il ne faut pas perdre cela de vue.

J'aimerais utiliser les dernières minutes qui me restent pour vous parler d'une chose qui semble vous préoccuper énormément, à savoir les émissions de sports. Ma perspective est très différente de celle de M. Manera.

[*Text*]

It seems to me, and it seems to people who work in English broadcasting, television, that sports doesn't make $1.9 million profit per year for the CBC but makes in the area of $20 million profit for the CBC. We regard the fact that this money is available as very, very important for the continuation of CBC in these dire financial times.

I would also like to point you to the fact that although one day last week *The Globe and Mail*—the paper that everybody pays so much attention to—called for the CBC to get out of Olympic coverage, two days later, a very unheralded and unknown thing, the sports editor of *The Globe and Mail* actually wrote an article that said when it comes to games, meaning Olympic games, the CBC is easily better than CTV. The very next day, in *The Montreal Gazette*, the leading sports columnist also wrote an article that said CBC's case is sounder than CTV's. I know for a fact that CTV would not be interested in sports broadcasting in Canada if it were not profitable and if it were not more profitable than the suggestion that it's only worth about $2 million in total profit.

I would like to go on and say to you in my last moment that exists that—

The Chair: I hope it's not your last moment.

Mr. Amber:
Not for me.

The Chair: Don't look at the time clock.

Mr. Amber: Don't end me like that.

In this last moment, I believe the CBC plays this fundamental role for Canada and it plays it in a way that is necessary for it to be kept in business, if I could use your terms. I think we desperately have to look at our operations, look at how we do things, at how to do them better and more cheaply, and we have to consider almost all aspects of how to do them differently. There can be no ideology. There can only be a vision, and the vision is to continue serving Canadian people. Thank you.

The Chair: Thank you very much. Thank you all for being so helpful in sticking to the time. We'll move right along because we never know when the big gong will go.

Madame Tremblay, sept minutes peut–être, pour commencer.

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Merci, monsieur le président.

Madame, messieurs, je veux d'abord vous remercier pour vos excellentes présentations. Tout ce matériel nous aidera certainement à poursuivre le travail qu'on doit faire.

Tout d'abord, je voudrais dire, au président en particulier, que je ne suis pas du tout d'accord sur le fait qu'on vous ait reçus tous les quatre ensemble. Il y a des gens qui sont venus seuls au Comité, d'autres qui ont même prétendu apporter leurs

[*Translation*]

• 1625

Il me semble, et il semble aux gens qui travaillent du côté de la télévision anglaise, que les sports ne représentent pas 1,9 million de dollars de profit par an pour la Société Radio–Canada, mais plutôt 20 millions de dollars de profit. Le fait de pouvoir disposer d'un tel montant d'argent est extrêmement important pour la survie de la Société Radio–Canada dans la conjoncture économique actuelle.

J'aimerais aussi vous faire remarquer que même si un jour de la semaine dernière le *Globe and Mail*—le quotidien auquel tout le monde prête tant d'attention—a dit que la Société Radio–Canada ne devrait plus couvrir les Jeux olympiques, deux jours plus tard, chose tout à fait inattendue et sans précédent, le principal chroniqueur des sports du *Globe and Mail* a écrit un article dans lequel il a affirmé que pour la couverture des jeux, et il fallait comprendre Jeux olympiques, la Société Radio–Canada dépasse de loin le réseau CTV. Le lendemain, le rédacteur en chef des sports du *Montreal Gazette* a, lui aussi, écrit que le dossier de la Société Radio–Canada était plus solide que celui de CTV. Je sais pour ma part que CTV ne serait pas intéressé par la retransmission des manifestations sportives au Canada si ne n'était pas rentable; si ça ne rapportait pas plus que les 2 millions de dollars mentionnés.

Je voudrais pouvoir ajouter dans les derniers instants qui me restent. . .

Le président: J'espère que ce ne seront pas vos derniers instants.

M. Amber: Pas pour moi.

Le président: Ne regardez pas l'horloge.

M. Amber: Qu'on ne me tire pas le rideau comme cela.

Je dirai, en terminant, que la Société Radio–Canada joue un rôle déterminant pour le Canada, et d'une façon qui lui est imposée si elle veut survivre, pour revenir à ce que vous disiez tout à l'heure. Il est impératif que nous examinions nos activités et nos façons de faire, que nous voyions comment les améliorer tout en dépensant moins d'argent, et que nous envisagions de faire différemment presque tout ce que nous faisons à l'heure actuelle. On ne peut plus se retrancher derrière une idéologie. On a aujourd'hui besoin d'une vision, celle de continuer de servir la population canadienne. Merci.

Le président: Merci. Je vous remercie tous d'avoir respecté l'horaire. Nous allons tout de suite passer aux questions car nous ne savons jamais quand la grosse sonnerie va retentir.

Madam Tremblay, you could perhaps begin with seven minutes.

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Thank you, Mr. Chair.

Dear madam, dear sirs, I would first of all like to thank you for your excellent presentations. All of this material will certainly help us in our work.

I would first of all like to say, for the benefit of the Chair in particular, that I'm not at all in agreement with the fact that the four of you were invited to appear together. Some people appeared alone before the committee; some people even

[*Texte*]

objectifs—et comme si l'objectivité se promenait quelque part dans la rue—et qui nous ont parlé pendant une heure de temps au nom de leur grande objectivité. J'aurais donc souhaité qu'on puisse au moins vous donner chacun 45 minutes. Alors personnellement, je vous présente mes excuses et celles du Bloc québécois pour vous avoir gardés tous les quatre ensemble.

The Chair: I will have to add my own regret as well, because all of us are under enormous pressure on the one hand to see as many people as possible, and on the other hand to work through as best we can. We do try to group by interests, but I share the concern of Madam Tremblay and I think I reflect a general regret that we don't have more time for this.

Mme Tremblay: Souvent, des représentants, des consultants sont venus tout seuls et pas mal de temps leur a été consacré, mais je ne voudrais tout de même pas trop insister parce que cela nous fait perdre du temps.

Ceci étant dit, je voudrais d'abord faire quelques commentaires sur le mémoire de l'Union des artistes. Ce mémoire situe le débat d'une façon claire et précise en ce qui concerne le réseau français de Radio–Canada. Vous faites une différence très claire entre les deux réseaux, et j'espère qu'au moment où se feront les recommandations, l'ensemble de la députation se rappellera qu'on avait eu ce genre de recommandations. Nous, nous ne l'oublierons pas.

Vous reconnaissez, je pense, l'importance du rôle qu'a joué la Société Radio–Canada dans la définition de l'identité culturelle canadienne, et surtout celle du Québec, cette identité qui a construit un Québec moderne et fort. Et vous faites également allusion au fait qu'il semble y avoir une coïncidence entre ce qui s'est passé au Québec dans la définition de notre identité et le fait qu'on ait coupé les budgets de Radio–Canada à un moment donné. Les faits vous donnent raison.

• 1630

En 1976, lors de l'élection démocratique du gouvernement Lévesque, des ténors du gouvernement Trudeau, comme Jean Marchand, Macdonald, Monique Bégin, André Ouellet et Jean Chrétien, ont dénoncé Radio–Canada comme le grand responsable de l'arrivée au pouvoir d'un gouvernement souverainiste. Radio–Canada, pour eux, était devenu un nid de séparatistes.

André Ouellet avait déclaré que, chaque soir, les nouvelles de Radio–Canada étaient biaisées en faveur des séparatistes, mais aujourd'hui on pourrait dire, peut–être, qu'on biaise de l'autre côté. Jean Chrétien, lui, avait déclaré à ce moment–là—et encore récemment—que la Société oubliait son mandat.

En 1977, Al Johnson a refusé de congédier qui que ce soit au service français de Radio–Canada. Le Premier ministre Trudeau a donc demandé au CRTC de faire une enquête. Les conclusions du Rapport Boyd à l'époque, ont été que les nouvelles de Radio–Canada étaient données selon les règles de l'art.

En conclusion de cette histoire, laissons la parole à M. Johnson:

The Quebec crisis blew up and that blew up our funding formula.

[*Traduction*]

purported to be objective—as if objectivity were a common occurrence—and they spoke to us for an hour of their great objectivity. I would have liked for each one of you to have 45 minutes. I therefore offer you my apologies and those of the Bloc québécois for having the four of you appear together.

Le président: Je le regrette moi aussi, car nous tous subissons les mêmes pressions du fait de notre désir, d'une part, de rencontrer autant de gens que possible et, d'autre part, de progresser de notre mieux. Nous tentons néanmoins de regrouper les gens par domaine d'intérêt. Il demeure que ce qui ennuie M^me^ Tremblay m'ennuie aussi, et je pense que nous regrettons tous de ne pas disposer de plus de temps.

Mrs. Tremblay: A good many representatives and consultants appeared alone and were granted quite a bit of time. However, I wouldn't want to belabour this point because it will only make us waste time.

That having been said, I would like to begin by making a few comments on the brief that was presented by l'Union des artistes. This brief sets out, in clear and precise terms, the issues concerning the French–language network of the CBC. You establish a very clear distinction between the two networks and I hope that when the time comes for us to make recommendations, all of the members will remember the recommendations that we heard here. We certainly won't forget them.

I believe you recognize the important role the CBC played in defining the Canadian cultural identity, and especially that of Quebec, which a modern and strong Quebec was built upon. You also alluded to the fact that there seems to be a coincidence between what happened in Quebec through the definition of our own identity, and the fact that cuts were made to Radio–Canada's budget. The facts say you are right.

In 1976, when the Lévesque government was democratically elected, vocal stars of the Trudeau government such as Jean Marchand, Macdonald, Monique Bégin, André Ouellet and Jean Chrétien, denounced the SRC as the institution most responsible for the fact that a sovereignist government came to power. To them, the SRC had become a nest of separatists.

André Ouellet stated that every evening, the news on Radio–Canada was biased in favour of the separatists but, today, it might be said that the bias goes in the other direction. At that time—and again, recently—Jean Chrétien said that the SRC was forgetting its mandate.

In 1977, Al Johnson refused to fire anyone working for the CBC's French network. Prime Minister Trudeau then asked the CRTC to carry out an enquiry. The Boyd Report concluded that the news on Radio–Canada complied with accepted practice in the field.

To conclude that chapter, I will let Mr. Johnson speak:

La crise du Québec a éclaté et a fait éclater, à son tour, notre formule de financement.

[*Text*]

That was Mr. Johnson speaking,

l'ex–président de Radio–Canada.

Et par la suite, en 1979–1980, Radio–Canada se voyait couper 71 millions de ses 574 millions. Il y a eu d'autres incidents de la même sorte que celui que je viens de vous relater mais je pense qu'on n'a pas le temps d'en dire plus long.

J'espère seulement que, cette fois–ci, avec une opposition souverainiste et un gouvernement souverainiste à Québec, le gouvernement libéral n'aura pas le culot de pousser encore plus loin les coupures de Radio–Canada.

Le mandat de Radio–Canada a été redéfini en 1991. On a remplacé l'obligation faite à Radio–Canada de contribuer à l'unité nationale par celle de contribuer au partage d'une conscience et d'une identité nationales. Est–ce que cette redéfinition a eu un impact sur la programmation culturelle et d'information de Radio–Canada? Vous êtes–vous rendu compte qu'il y avait quelque chose de changé dans le mandat de Radio–Canada depuis 1991?

M. Turgeon: Écoutez, c'est effectivement le sens de ce qui a été dit aujourd'hui. C'est la redéfinition de ce mandat qui a amené toute cette notion un peu floue de transculturalisme, comme si on pouvait aisément passer d'une culture à l'autre, comme avec des vases communiquants. Et je pense que c'est cela, finalement, qui a été la grande question. C'est là où le bât blesse notamment.

Mme Tremblay: Alors sur la constitution des deux...

M. Turgeon: Cela a amené, si vous permettez, madame, et par la suite, des coupures en région. Je pense que nos camarades de l'information peuvent élaborer là–dessus.

Mme Tremblay: Je vous laisse parler.

M. Provost: Il est très difficile de répondre à la question «est–ce que cela a changé depuis 1991?» Sur le terrain, au niveau de l'information, le problème existe surtout au niveau des affaires publiques où les gens sont simplement contractuels et ont donc beaucoup moins d'autonomie professionnelle. Mais il est très difficile...

Mme Tremblay: De quelles émissions parlez–vous précisément? Où y a–t–il des contractuels?

M. Provost: Toutes les émissions d'affaires publiques, comme *Le Point*, *Enjeux*, *À tout prix*, ont du personnel contractuel, et même les réalisateurs sont de plus en plus souvent contractuels, ce qui fait que les artisans ont beaucoup moins d'autonomie qu'ils en avaient avant. C'est un problème et on ne peut même pas dénoncer publiquement certaines choses qu'on nous rapporte, sans mettre en danger la sécurité d'emploi de certaines personnes.

Mme Tremblay: D'accord. Je voudrais prendre quelques minutes pour parler de la proposition que vous faites de créer deux réseaux autonomes et complètement distincts. Est–ce que cette mesure–là permettrait de faire une télévision plus proche des francophones? Est–ce que cela touche la définition des régions?

Vous, vous parlez de la Gaspésie, et bien sûr, c'est une région pour Radio–Canada dans le Québec, mais il y a aussi nos francophones hors Québec, et vous les situez comment dans votre réseau? Et comment, si on rapatrie la direction de Radio–

[*Translation*]

C'est M. Johnson que je viens de citer,

the ex–president of Radio–Canada.

Subsequently, in 1979–1980, 71 million dollars were cut from Radio–Canada's 574 million dollars. There were other such incidents, along the lines of the one I have just described, but I think we don't have time to say more.

I just hope that this time, with a sovereignist opposition and a sovereignist government in Quebec, the Liberal government will not have the nerve to impose deeper cuts on Radio–Canada.

Radio–Canada's mandate was redefined in 1991. Radio–Canada's obligation to contribute to national unity was replaced by the obligation to contribute to sharing a national consciousness and identity. Did that redefinition have an impact on Radio–Canada's cultural and information programming? Did you notice whether anything was different in Radio–Canada's mandate since 1991?

Mr. Turgeon: That is indeed the gist of what has been said today. It is the redefinition of that mandate that brought in that whole, somewhat vague, notion of transculturalism, as though one could easily flow from one culture to another. I think that was indeed the big issue; there's the rub, certainly.

Mrs. Tremblay: Whereas their constitution in both cases—

Mr. Turgeon: With your permission, madam, that did lead to regional cuts. I think that our colleagues from information can provide further details.

Mrs. Tremblay: I'll let you speak.

Mr. Provost: It is very difficult to answer the question: "Have things changed since 1991"? In the field, where news is concerned, the problem is felt especially around public affairs where workers are on contract and have much less professional autonomy. It is very difficult—

Mrs. Tremblay: What programs are you talking about exactly? Where are there contract workers?

Mr. Provost: I am referring to all of the current affairs programs such as *Le Point*, *Enjeux* and *À tout prix*, which use contract personnel; even the producers are on contract, increasingly so, which means that the creative staff has much less autonomy than it used to. That is a problem and we cannot publicly complain about some of the things that are reported to us without jeopardizing the job security of certain people.

Mrs. Tremblay: Very well. I would like to take a few minutes to talk about your proposal to create two independent and completely distinct networks. Would that measure make it possible to produce television programming that would be closer to francophones? Would that affect the definition of a region?

You spoke about the Gaspé area and that is, of course, a region for Radio–Canada in Quebec, but there are also francophones outside Quebec; where do they fit into your network? And if Radio–Canada is to have a stronger presence in

[*Texte*]

Canada à Montréal, pourrait–on s'assurer que les communautés francophones vont être desservies partout à travers le Canada et que cette direction bicéphale ne sera pas trop coûteuse finalement? Est–ce que vous avez des études là–dessus ou des projections ou des idées?

M. Turgeon: Je pense, madame, que le coeur du Canada francophone, c'est le Québec. Il faut donc, au départ, que les choses se rattachent au Québec. Il est fondamental, bien sûr, qu'il doit y avoir, en région, partout au Canada francophone, une réalité de vie au moins au niveau de l'information, c'est à dire que les réseaux soient efficaces.

• 1635

Vous me demandez si ça va coûter plus cher d'avoir deux directions? Oui madame, ça va coûter plus cher. C'est ça la réalité de ce pays.

Je fais une différence fondamentale entre un mandat d'unité et un mandat d'identité. Quand Radio–Canada francophone aura sa direction propre et Radio–Canada anglophone la sienne, la télévision francophone sera alors certainement beaucoup plus près des gens. C'est ça l'identité et si on ne se retrouve pas dans cette télévision comme on devrait s'y retrouver, alors je pense que la télévision publique aura manqué son but. Il est important de pouvoir s'identifier à quelque chose et le Canada francophone, à commencer par le Québec, doit pouvoir s'y retrouver.

Mme Tremblay: Serait–il possible d'avoir juste une petite réaction?

Le président: Monsieur Stea a levé la main.

M. Pierre Stea (directeur, Syndicat des journalistes de Radio–Canada): Oui madame Tremblay, je voudrais dire un mot sur ce qui a changé depuis 1991. Je suis journaliste à Radio–Canada Sept–Îles, sur la Côte–Nord, et je suis forcé de constater que les régions sont laissées pour compte depuis la fermeture des stations régionales.

Maintenant, au bulletin d'information, on accorde à peine quelques secondes aux réalités régionales, à peine une minute, alors qu'auparavant chacune des régions—je parle entre autres de Sept–Îles, Rimouski et Matane—avait le droit à au moins une demi heure d'information le soir. Maintenant on n'entend à peu près plus parler des problèmes de la Côte–Nord, et pourtant il y a des choses intéressantes sur la Côte–Nord, comme tous les problèmes des pêcheurs de la Basse Côte–Nord.

On entend souvent parler des problèmes des Terre–Neuviens, mais jamais des problèmes de la Basse Côte–Nord. Ces gens–là vivent de graves réalités et on en n'entend à peu près jamais plus parler. On est loin des centres de décisions, donc c'est difficile de se faire entendre. On n'entend plus jamais parler de nous, donc c'est comme si on n'existait plus depuis la fermeture des stations régionales.

Est–ce qu'en produisant *Country Centre–ville* à Moncton par exemple, on reflète la réalité régionale de l'Acadie? Je ne le crois pas. C'est à peu près la même chose avec. . .

[*Traduction*]

Montreal, will we be able to ensure that francophone communities will be served throughout Canada and that that bicameral institution will not wind up being too costly? Do you have any studies on that, or projections, or ideas?

Mr. Turgeon: I believe, madam, that Quebec is the heart of French Canada. Things must consequently be anchored to Quebec at the outset. There must, of course, be an accurate reflection of reality in the regions throughout French Canada, at least where the news is concerned; so that the network is effective, in other words.

You are asking me whether it will cost more to have two administrations? Yes, madam, it will cost more in our country. That is reality.

I see a fundamental difference between a mandate to foster unity and an identity–enhancing mandate. When the French network and the English network of the CBC both have their own administration, French television will certainly be a lot closer to the people. That is what I mean by identity; and if one doesn't see oneself reflected in that television as one should, then I think public television will have missed meeting it's objective. Being able to identify with something is important; and French–Canada, starting with Quebec, has to be able to see itself in its television programming.

Mrs. Tremblay: Would it be possible just to have a brief reaction?

The Chair: Mr. Stea has raised his hand.

Mr. Pierre Stea (Director, Syndicat des journalistes de Radio–Canada): Yes, Mrs. Tremblay, I would like to say a few words about what has changed since 1991. I work as a journalist for Radio–Canada Sept–Îles, on Quebec's North Shore, and I am forced to note that the regions have been ignored since regional stations were closed.

Now the news devotes a few scant seconds to regional realities, barely a minute, while previously each of the regions—Sept–Îles, Rimouski and Matane among others—had at least a half hour of coverage in the evening. Now, the problems the North Shore is experiencing have just about vanished from the airwaves, and yet there are some interesting issues there, such as all of the problems the fishermen are having on the Lower North Shore.

We often hear about the problems Newfoundlanders are having, but we never hear about the problems on the Lower North Shore. These people are experiencing severe difficulties and we almost never hear about them anymore. We are far away from the decision–making centers, so it is difficult for us to make ourselves heard. No one ever hears about us anymore, so it is as though we had vanished from the face of the earth since the regional stations were shut down.

Does producing *Country Centre–ville*, for instance, in Moncton reflect Acadian regional reality? I don't think so. The same thing goes for—

[*Text*]

Le président: Je crois que nous devrions passer maintenant à monsieur Hanrahan.

Mme Tremblay: Il faudrait peut–être donner l'occasion aux anglophones de réfléchir à l'idée de créer deux réseaux. Est–ce que vous savez ce qu'ils en pensent?

Le président: Peut–être que je devrais poser la question.

Mr. Hanrahan, minutes. I guess Mrs. Brown isn't coming.

Mr. Hanrahan: No, she won't be here.

Thank you, gentlemen, for your presentations. There's an awful lot of information to digest in a very short time.

If I could, I would start with Mr. Provost. On page 4 of your report, at least in the English translation, you state that the closures in 1990 never produced the anticipated savings. Could you clarify that? Were there savings?

M. Provost: Non. L'objectif était d'économiser 108 millions de dollars, malheureusement on n'a pas économisé d'argent du tout. Les coûts de production et le nombre d'employés n'ont pas diminué et les budgets de Radio–Canada ont continué à augmenter. Il n'y a même pas eu un ralentissement dans la croissance des budgets de Radio–Canada.

L'année précédant les coupures, les budgets de programmation avaient augmenté de 23 millions de dollars, puis au cours de l'année des coupures, ils ont augmenté de 30 millions de dollars et l'année suivante de 39 millions de dollars. Donc, d'année en année, la croissance a continué comme s'il n'y avait pas eu de coupures et finalement, les coûts de restructuration ont été de 129 millions de dollars pour essayer d'économiser 108 millions qui n'ont pas été économisés.

Il est donc clair que cette réorganisation a simplement été un moyen de transférer l'argent des régions vers les têtes de réseaux. C'est l'effet le plus clair. Il faut continuer à remplir les horaires et si ce n'est plus produit en région, c'est produit à Montréal ou à Toronto. On constate que Radio–Canada coûte plus cher et offre moins de services. Et nous craignons aussi qu'une autre coupure de 120 millions de dollars ait pour conséquence d'autres coupures dans les services, sans que le gouvernement puisse faire des économies en réalité.

Mr. Hanrahan: Mr. Chairman, I want to ask a number of other questions, but I would ask for that answer to be highlighted or whatever. This is extremely important. We have cut the budget, but in fact we have simply transferred the funds to other areas in terms of our deliberations.

Now, you say on page 5: "The runaway growth of support services and management, the high cost of the English network—", and then you say "in the French network, one employee in five holds a management position. In all, 1,431 individuals work at head office for the national service".

Why the high cost in English relative to the low cost in French, where in fact one in five are employed in management positions?

[*Translation*]

The Chair: I think we should now give the floor to Mr. Hanrahan.

Mrs. Tremblay: Perhaps anglophones should be given the opportunity of thinking about the idea of creating two networks. Do you know what they think of the idea?

The Chair: Perhaps I should ask the question.

Monsieur Hanrahan, il ne vous reste que quelques minutes. Il semble que M^me^ Brown ne vient pas.

M. Hanrahan: Non, elle ne viendra pas.

Merci, messieurs, de vos exposés. Il y a là beaucoup d'informations à digérer dans un laps de temps très court.

Je vais commencer par M. Provost. À la page 3 de votre rapport, vous dites que les fermetures en 1990 n'ont jamais donné lieu aux économies anticipées. Pourriez–vous élaborer? Y a–t–il eu des économies?

Mr. Provost: No. The objective was to save $108 million; unfortunately, no money was saved. The cost of production and the number of employees have not been reduced, and the CBC's budgets have continued to increase. The growth of the CBC's budgets did not even falter.

During the year that preceeded the cuts, programming budgets had increased by $23 million; during the year the cuts were made, they increased by $30 million, and by $39 million the following year. Thus, from year to year, budget increases continued apace, as though there had not been any cuts and, finally, the cost of restructuring to save $108 million was $129 million—and the anticipated savings of $108 million never materialized.

Thus, it is clear that reorganization was simply a means of transfering money from the regions to the networks. That is the clearest effect of that operation. We must continue to fill schedules, however, and if programs are no longer produced regionally, they get produced in Montreal or Toronto. We see that the CBC costs more and offers fewer services. In addition, we also fear that another $120 million dollar cut will result in further services reductions that will not really allow the government to save any money.

M. Hanrahan: Monsieur le président, je veux poser plusieurs autres questions, mais je demande que la réponse qu'on vient d'entendre soit marquée d'un astérisque. C'est extrêmement important. Nous avons réduit le budget, mais en fait, nous avons simplement déplacé les fonds des régions à d'autres endroits, aux fins de nos discussions ici.

Vous dites à la page 4: «L'excroissance des services de soutien et d'encadrement, le coût élevé du réseau anglais. . .» et puis vous dites «au réseau français, un employé sur cinq occupe un poste de cadre. En tout, 1 431 personnes travaillent au siège social et aux services nationaux.»

• 1640

Pourquoi le coût du côté anglais est–il si élevé par rapport au coût du côté français, alors qu'un employé sur cinq occupe un poste de gestion?

[*Texte*]

M. Provost: C'est très simple. Vous ne pouvez pas dépenser l'argent que vous n'avez pas. Plus vous avez d'argent, plus vous en dépensez. Quand vous en avez moins, vous en dépensez moins. Je ne prétendrai pas que les gestionnaires francophones sont plus efficaces que les gestionnaires anglophones. Ce n'est pas vrai. C'est tout simplement que la réalité politique et sociale fait que les anglophones ont de plus gros revenus publicitaires et que ce n'est pas complètement réparti dans la structure. Ce sont eux qui ont le pouvoir de décision au sein de Radio–Canada.

Politiquement, j'apprécie les efforts du Bloc québécois mais je n'ai pas senti un gros mouvement de solidarité venant du Canada anglais pour que les deux réseaux aient un budget comparable pour produire des émissions. Le poids politique est tel qu'on pense que normalement les budgets de Radio–Canada ne sont pas des subventions à des communautés mais que ce sont des budgets pour produire un nombre fixe d'heures de programmation. Et les heures de programmation coûtent le même prix en français ou en anglais.

Que le réseau anglais coûte deux cents millions de plus, c'est un fait. C'est en faisant des coupures qu'on augmente la différence. Couper de la même façon dans les deux réseaux a des conséquences beaucoup plus graves sur le réseau français. Tant que c'est en croissance, on est capable de vivre avec. Quand c'est en diminution, ça devient beaucoup plus pénible. On le voit tous les jours. Le réseau français a beaucoup plus de difficultés et on est très inquiet pour RDI notamment, parce que RDI avait misé sur des services qui existaient dans le réseau, mais avec ces coupures, ces services diminuent.

Actuellement, la direction de RDI est assez inquiète mais ils ne vous le diront pas publiquement, parce qu'ils n'ont plus accès aux services sur lesquels ils comptaient pour mettre en onde. Comme le réseau de RDI est exactement la moitié de celui de Newsworld, il n'y a pas de marge de manoeuvre.

Mr. Hanrahan: Thank you. Again, I'd like to have the response starred if we could.

The Chair: I just noted there is a hand up over there from our other visitors.

Mr. Amber: I'm Arnold Amber from the guild. I'd just like to say something.

I think some interventions by my colleagues from Radio–Canada have been very important, but I would like to say that I do not have figures at hand to talk to this issue. I would really like to make a suggestion to this committee. I presume the purpose of all these inquiries is to try to get at the truth of these issues, and I don't know why you don't call CBC management back here at a certain point and ask them some very direct questions on issues like the ones these gentlemen have brought up.

I could tell you that it is very, very crucial whether or not the cutbacks in 1990–1991 resulted in financial savings. I think the issue of why the English television network has a larger total budget for the television service than Radio–Canada is very, very important. I think the reasons should be spelled out.

[*Traduction*]

Mr. Provost: It's very simple. You can't spend money you don't have. The more money you have, the more you spend. When you have less, you spend less. I won't tell you that the francophone managers are more effective than the anglophone managers. That isn't the case. The explanation is simply that the political and social reality is such that the anglophones have higher publicity revenues, and that does not get distributed fully throughout the structure. They hold the decision–making power at CBC*SRC*.

Politically, I appreciate the efforts of the Bloc Quebecois, but I have not felt a strong current of solidarity coming from English Canada behind the idea that both networks should have comparable budgets to produce programs. The political weight is such that people think that normally, CBC budgets are not subsidies to communities but budgets to produce a set number of hours of programming—and programming hours cost the same whether they are in French or in English.

It is true that the English network costs 200 million dollars more. Cuts increase the difference. Cutting both networks equally has much more severe consequences on the French network. As long as things are expanding, we can live with those developments but when everything is contracting, it becomes much more painful. We see the results everyday. The French network has much more trouble and we are very worried about the RID—the all–news channel—among others, because the all news channel was banking on services that existed in the network, but those cuts mean that those services have been curtailed.

At this time, all news channel administrators are quite worried but they won't tell you that publicly. They are concerned because they no longer have access to the services they were banking on to go on the air. Since the French all–news channel is exactly half the size of Newsworld, there is no room to manoeuvre.

M. Hanrahan: Merci. Encore une fois, j'aimerais que cette réponse soit marquée d'un astérisque.

Le président: Je viens de remarquer que l'un de nos autres visiteurs à levé la main là–bas.

M. Amber: Je suis Arnold Amber de la Guilde. Je voudrais simplement dire quelque chose.

Je pense que certaines interventions faites par mes collègues de Radio–Canada ont été fort importantes, mais je n'ai pas les chiffres en main pour discuter de ses sujets. J'aimerais vraiment faire une suggestion au comité. Je suppose que l'objectif de toutes ces enquêtes est de faire ressortir la vérité, et je me demande pourquoi vous ne faites pas revenir la direction de la CBC à un moment donné pour leur poser quelques questions très directes sur les sujets abordés nos collègues.

Il est tout à fait essentiel de savoir si les compressions budgétaires de 1990–1991 ont donné lieu à des économies ou non. Je pense aussi qu'il est très important de savoir pourquoi le réseau de la télévision anglaise a un budget global plus important que Radio–Canada. Je pense que les raisons devraient être explicitées.

[*Text*]

I think you would be doing a service not only to your committee, but to everybody out there who pays the bills. I'm not sure all the reasons for this discrepancy are the ones given here today, but I do know it would be very, very useful to everyone if you could shed some light on this. I would literally suggest that at a certain point you call the CBC back, not to listen to its agenda, but to delve into real matters and concrete issues.

I regard you in some respects as detectives, and it's time to get to the truth of the issue.

Mr. Hanrahan: I would agree with the last speaker that these issues are extremely important. We might be able to do it in terms of written submissions from the CBC—

The Chair: Just to clarify one thing, we have been submitting as we go a series of questions to the CBC, and in some cases we have received answers, but I think we can start tightening up on the questions. Is this what you were about to whisper in my pretty ear? No, something like that.

Some hon. members: Oh, oh.

Mr. Hanrahan: Do I have time for one more, Mr. Chairman?

The Chair: Of course.

• 1645

Mr. Hanrahan: Mr. Crawley, you cite Mr. Peters and you suggest on page 4 that the current structure provides for too many political masters—i.e., the Minister of Communications, the CRTC, the Treasury Board, and this committee—with a direct influence in the affairs of the public agency, and new legislation and re–regulation should address this problem. I think you make a good point there. You're almost working for four masters who change quite frequently. In your opinion, which of those four should in fact be directly responsible and have the major input?

Mr. Crawley: Well, that's tricky. For the public broadcaster to do its job, it has to be at arm's length. To a certain extent, it's appropriate for all of those political masters, if you will, to have input. But it's going to the point of accountability. If we can in fact get the answers on exactly how management is making its decisions and where they are spending the money and making savings. . .

I must admit I'm with my colleague here—and it happens naturally in the growth of a corporation, particularly perhaps a crown corporation—that management starts to absorb too many of the people who have nowhere else to go. Also, certain functions proliferate that probably aren't contributing anything to programming, to the quality of programming or to the hours of programming. So it really goes to issues of governance there.

I'm not suggesting I have any wise idea of who is the best political master. I suppose Parliament ultimately and the people of Canada are the appropriate political masters. You're part of ferreting out the truth. Then, when an appropriate policy direction in which to go becomes clear, it comes from the ministry.

[*Translation*]

Ce faisant vous aideriez non seulement votre comité, mais aussi tous les contribuables qui paient la note. Je ne suis pas certain que toutes les raisons qui expliquent cet écart aient été citées ici aujourd'hui; je sais, toutefois, que ce serait très, très utile pour tout le monde si l'on faisait la lumière là–dessus. Je propose que vous fassiez revenir les porte–parole de la SRC; non pour les écouter relater leurs programmes pour l'avenir, mais plutôt pour faire enquête sur certaines questions aussi réelles que concrètes.

À certains égards, vous êtes pour moi des détectives, et le moment est venu de découvrir la vérité.

M. Hanrahan: Je suis d'accord avec le dernier intervenant qui dit que ces questions sont extrêmement importantes. Peut–être pourrions–nous obtenir des réponses écrites de la SRC. . .

Le président: Permettez–moi de préciser une chose; au fil de nos audiences, nous avons soumis une série de questions à la SRC et nous avons dans certains cas déjà reçu des réponses; je pense que nous pouvons commencer à leur soumettre des questions plus ciblées. Est–ce cela que vous vouliez me murmurer à l'oreille, que j'ai fort jolie d'ailleurs? Non, alors c'était sans doute quelque chose du genre.

Des voix: Oh, oh!

M. Hanrahan: Ai–je le temps de poser une autre question, monsieur le président?

Le président: Bien sûr.

M. Hanrahan: Monsieur Crawley, vous faites état de M. Peters et vous dites à la page 4 que l'actuelle structure prévoit trop d'autorités de tutelle—le ministre des Communications, le CRTC, le Conseil du Trésor et le comité ici réuni—qui ont une influence directe sur les affaires de l'organisme public, et que la nouvelle loi et les nouveaux règlements devraient s'attaquer à ce problème–là. Je pense que vous avez tout à fait raison. Vous travaillez sous quatre autorités de tutelle, qui changent assez souvent. Selon vous, laquelle de ces quatre devrait être directement responsable, et jouer le rôle principal?

M. Crawley: Vous me posez une question difficile. Pour que le télédiffuseur public puisse faire son travail, il doit être indépendant. Il est jusqu'à un certain point tout à fait justifié que tous ces responsables politiques, si vous voulez, aient leur mot à dire. C'est du côté de l'imputabilité que les choses sont différentes. Si l'on pouvait savoir exactement comment la direction prend ses décisions, dépense son argent ou réalise des économies. . .

Je reconnais pencher du côté de mon collègue à cet égard—et cela arrive naturellement dans le cadre de la croissance d'une société, et peut–être tout particulièrement d'une société d'État: la direction commence à absorber trop de gens qui n'ont nulle part ailleurs où aller. Il y a, d'autre part, une prolifération de certaines fonctions qui ne contribuent sans doute rien à la programmation, à sa qualité ou à sa quantité. C'est donc vraiment une question de responsabilité administrative.

Je ne prétends pas savoir quel est l'autorité de tutelle la plus indiquée. Je suppose que le Parlement, en dernier lieu, et que la population canadienne sont les meilleurs candidats. Vous essayez de mettre la vérité au jour. Puis, lorsqu'une orientation politique à privilégier se dessine clairement, elle vient du ministère.

[*Texte*]

Again, I'd like to stress the point that the legislative base is not clear right now in terms of serving broadcasting. As Arnold has said, throughout the communications system, you have to look at it in context.

Right now we have the danger of having public communications in this country going in one direction under telecommunications legislation and another direction under broadcast legislation, and they don't fit together.

There's no recognition of the significance of cultural development economically, politically and socially in the Telecommunications Act. Therefore you have business pushing to do something purely because it's profitable, without taking any notice of culture, and you have the danger of people saying culture is more important; we don't have to think about business. You have to get those two together somewhere and you need the legislative base to develop the appropriate policies and regulations from it. That's one of the crucial issues and it goes right to the governance of the corporation itself.

Mr. Hanrahan: Again, I'd like that idea in terms of legislation to be recorded in some detail so we can come back to it in our review of all this testimony.

The Chair: There's just one thing. I would like to intervene at this moment to clarify something on the difference. I think this issue of costs is really crucial and interesting. We have a splendid array of panellists who can help us with this.

I'd be interested in getting the reaction of all of you to this proposition. Why is it that things cost more on one side than the other? One explanation we've heard from Mr. Manera is that both rights, rights of the author and all those rights that people have, and the licence fees—that is to say, the cost of getting an hour on television—are different in the two situations. I would be interested to have some light cast upon this by all of you, because—

Mme Tremblay: Les techniciens sont plus chers.

The Chair: Is it the cost of labour or is it the cost of rights, or is it a combination?

M. Demers: En réponse à votre question, monsieur le président, je dirais que cette affirmation de Radio–Canada, selon nous, c'est de la foutaise et de la bouillie pour les chats. Et je fais un commentaire préliminaire avant d'illustrer mon propos. Je trouve inacceptable, en tant que payeur de taxes, que vous ne puissiez pas, vous qui êtes les élus, avoir le détail, le budget, la transparence complète des coûts de Radio–Canada, tant pour le réseau français que pour le réseau anglais. C'est inacceptable.

Deuxièmement, au niveau des coûts, je vais vous donner deux exemples concrets. D'abord, les négociations avec Radio–Canada, je dois vous dire, durent deux fois plus longtemps qu'avec n'importe quel autre intervenant avec lequel nous négocions dans le milieu, et nous négocions avec beaucoup de gens. Nous avons 28 ententes collectives à faire appliquer, dont celle de Radio–Canada.

• 1650

Lorsque nous négocions avec Radio–Canada, cela peut durer un an, un an et demi avant que nous n'arrivions à une entente. Lorsqu'on négocie avec Télé–Métropole, ça dure en général de 4 à 6 mois maximum.

[*Traduction*]

Encore une fois, j'aimerais souligner que la base législative sur laquelle repose la radiotélévision n'est pas claire. Comme l'a dit Arnold, il faut, dans tout le système de communication, regarder les choses dans leur contexte.

À l'heure actuelle, le danger est que les communications publiques aillent dans une direction en vertu de la Loi sur les télécommunications, et dans une autre direction en vertu de la Loi sur la radiodiffusion. Les deux ne vont pas de pair.

La Loi sur les télécommunications ne reconnaît nulle part l'importance économique, politique et sociale du développement culturel. Dans ce contexte, les milieux d'affaires peuvent préconiser une initiative simplement parce qu'elle serait rentable, sans qu'il soit tenu compte de la culture; mais la population pourrait dire que la culture est plus importante, et qu'il n'est pas nécessaire de tenir compte des milieux d'affaires. Or, il faut que les deux se rejoignent quelque part, et que la base législative débouche sur l'élaboration de politiques et de règles appropriées. Il s'agit d'une des questions clés qui vont au coeur même de l'administration de la société elle–même.

M. Hanrahan: J'aimerais que cette idée relative à la loi soit notée dans le détail afin que nous puissions y revenir lors de notre examen de tous les témoignages que nous aurons entendus.

Le président: Juste une chose: J'aimerais intervenir pour tirer quelque chose au clair. Je pense que la question des coûts est capitale, et fort intéressante. Nous avons tout un éventail de panelistes capables de nous venir en aide là–dessus.

J'aimerais connaître vos réactions face à cette proposition. Pourquoi les choses coûtent–elles plus cher d'un côté que de l'autre? Selon M. Manera, les deux sortes de droits, les droits d'auteur et de tous les autres, ainsi que les frais de licence—c'est–à–dire les coûts d'obtention d'une heure de télévision—sont différents dans les deux cas. J'aimerais que chacun de vous éclairé un peu la question, car. . .

Mrs. Tremblay: The technicians cost more.

Le président: Est–ce le coût de la main–d'oeuvre ou le coût des droits? Ou bien une combinaison des deux?

Mr. Demers: In answer to your question, Mr. Chair, I would say that in our opinion this statement made by the CBC is just a bunch of hogwash and balderdash. Before explaining what I mean, I would like to make a comment. As a taxpayer, I find unacceptable that you, our elected representatives, are not given complete and transparent access to all of the details of the CBC's budget and costs, for both the French language and the English language networks. I find that completely unacceptable.

Secondly, regarding costs, I will give you two concrete examples. First of all, negotiations with the CBC take twice as long as with any other player we negotiate with in the field; and we negotiate with a lot of people. We see to the implementation of 28 collective agreements, one of which is that of the CBC.

When we negotiate with the CBC, it can take a year or even a year and a half to arrive at an agreement. When we negotiate with Télé–Métropole, however, the process generally lasts a maximum of four to six months.

[*Text*]

Lorsque je me présente à la table de négociation face à Radio–Canada, j'ai devant moi une brochette de 8 personnes. . .

Le président: Comme nous d'ailleurs.

M. Demers: . . .qui ne peuvent prendre aucune décision sans téléphoner au siège social à Ottawa. Huit personnes qui ne peuvent rien décider. Lorsque je négocie avec Télé–Métropole, une entreprise privée, j'ai deux interlocuteurs, un porte–parole et un décideur et quand ils ont besoin de prendre une décision, ils vont discuter ensemble dans le couloir et ils reviennent me donner une réponse. Pour Radio–Canada, on peut attendre un mois, deux mois avant d'avoir une réponse sur une clause dans le cours des négociations. Ce type d'approche coûte cher.

Deuxième élément: les droits des artistes maintenant. Aux dernières négociations avec Radio–Canada, on nous a évidemment imposé un gel comme à tous les autres syndicats de Radio–Canada. Dans ces circonstances, nous avons accepté ce gel. Radio–Canada nous a fait une demande concernant les droits des artistes, les reprises, les droits de reprises parce que nous sommes payés comme travailleurs autonomes pour chaque utilisation de nos oeuvres. Nous avons des droits. On nous a demandé de réduire les droits pour permettre, nous disait–on, plus de programmation nationale, afin de ne pas avoir à utiliser de la programmation américaine le jour. Nous avons répondu et nous avons fait une proposition à Radio–Canada.

Nous avons dit à Radio–Canada que nous aimerions avoir 1 p. 100 de plus de leur part pour nos avantages sociaux. Nous avons, nous, les membres de l'Union des artistes, une contribution de 8 p. 100 de la part de Radio–Canada pour nos avantages sociaux. J'aimerais savoir quel est le pourcentage de contribution de Radio–Canada pour les avantages sociaux des cadres de Radio–Canada. Je vous garantis que c'est le double.

On demandait 1 p. 100, ce qui aurait coûté à la Société 77 000$ pour un an, d'après ce que nous avons calculé. En contre–partie, nous offrions à Radio–Canada, de diminuer, entre 9 heures du matin et 3 heures de l'après–midi, nos droits de reprises qui sont actuellement de 60 p. 100 du cachet original négocié et de les ramener à 25 p. 100. Radio–Canada a refusé.

Je dois vous dire que si on nous demande de financer Radio–Canada, ce sera non. Si on nous demande de comprendre la dynamique de la télévision publique et d'avoir une forme de solidarité, on répondra oui. Si on nous demande d'appuyer les Américains qui font du *dumping* de leurs produits, parce que vous devez savoir que mes homologues américains, *the Screen Actors Guild*, à Hollywood, lorsqu'ils signent un contrat, le marché canadien est inclus, et *they call it domestic market*.

Il est évident que lorsque les émissions arrivent ici, on les offre à un prix que nous ne pouvons pas concurrencer. On est donc prêt à faire un effort, et on l'a montré. Mais la logique bureaucratique de Radio–Canada a été de nous dire: «Monsieur Demers, on ne peut pas vous donner 1 p. 100 pour vos avantages sociaux parce qu'on a un *pattern* avec d'autres groupes. Par conséquent, on est obligé de refuser votre offre de 25 p. 100 au lieu de 60 p. 100, parce qu'on ne peut pas vous

[*Translation*]

When I sit down at the negotiating table opposite the corporation's representatives, I'm looking at at least eight people—

The Chair: Just as we are today.

Mr. Demers: —who are not in a position to make any kind of decision before clearing it with head office in Ottawa. Think of it: eight people who are not in a position to make any decision whatsoever. When I negotiate with Télé–Métropole, which is a private corporation, I have two people across the table from me—one spokesperson and one decision maker; and when it comes to the point where they have to make a decision, they go out into the hall together to discuss it and come back a short time later with an answer. In the case of the CBC or Radio–Canada, we may wait a month or two before we get an answer on one clause that is at issue in the negotiations. That kind of approach costs money.

The second point I want to raise has to do with artists' rights. In the last round of negotiations with the corporation, we were obviously subject to the same freeze as every other union that deals with CBC/SRC. Under the circumstances, we accepted that freeze. The corporation presented us with a demand with respect to artists' rights, repeat broadcast and rebroadcasting rights, because we are paid as self–employed workers each time our works are used. We do have rights in that regard. The corporation asked that those rights be curtailed to enable the corporation, according to their argument, to use more national programming and to avoid using American programming during the day time. We responded and came back with a proposal.

We told the corporation that we would like to receive 1% more of their share towards our benefits. As members of the Union des artistes, we receive an 8% contribution from the corporation towards our fringe benefits. I would be very interested in knowing what contribution the corporation makes towards its executives' benefit packages. I would be willing to bet that it's twice that amount.

We were asking for 1% more, which would have cost the corporation 77,000$ for one year, based on our calculations. In exchange, we offered to reduce our rebroadcast rights to 25% between 9 a.m. and 3 p.m., although they currently represent 60% of the original fee negotiated. The corporation refused.

I think it's important to say that if we are to asked to fund the corporation's activities, our answer will clearly be no. If we are to be asked to try to get a better understanding of the dynamics of public television, and to work in close cooperation with the corporation, our answer will definitely be yes. If we are to be asked to support Americans interested in dumping their own products—because I am sure you know that in the case of our American counterparts, the Screen Actors's Guild, when you sign a contract in Hollywood, the Canadian market is included; they call it the domestic market.

It's obvious that when those programs arrive here in Canada, they are offered at a price that we can't possibly rival. We are prepared to make an effort, and we have demonstrated that. But the logic followed by CBC bureaucrats is to say: "Mr. Demers, we cannot give you 1% more towards your benefits because we have already established a pattern with other groups. As a result, we have to refuse your offer to cut back your rights to 25%, rather than 60%, because we cannot

[*Texte*]

donner le 1 p. 100 que vous demandez». C'est la logique de Radio-Canada.

The Chair: I've intervened rather badly here, but I was just wondering if there's a response to my original...

Merci bien pour cette intervention.

Mr. Crawley, basically on this question of costs and attempting to get at the difference from—

Mr. Crawley: It's a bit of a foolish abstraction to suggest that the costs of a particular program are the same anywhere. On a project-by-project basis, if you are going to achieve something with the creation of a program, if it's a news program, if it's a drama program, they differ from one project to another.

The Chair: But there does seem to be a pattern.

Mr. Crawley: Sure. You can break it down to certain patterns.

I agree with what Serge just said. To suggest that the rights of the artist are the place to save the money, if you looked at the total budget of the programs—if we could get access to them—I think you'd find that a pretty foolish proposition. Does it cost more to do a program in Saskatchewan than in Toronto? Maybe it does, but if you want to reflect the social reality in Saskatchewan, maybe it's important to go out to Saskatchewan and do your program.

The Chair: Let me come back to the harder-edged question. Overall, are the rights more expensive, the labour rates more expensive in English Canada than in French Canada? What's going on here?

M. Crawley: C'est presque la même chose.

M. Demers: Nos ententes sont à peu près similaires.

• 1655

Mr. Amber: When NABET and CUPE were doing their presentations last week—I don't think you were there—the question came up. I believe, for example, the NABET representative actually said in the end that he believed a technician in the Quebec union would in fact be making around $3 more per week, or something of that sort, on the base pay.

The reason I said I think you should get the CBC back in here to talk about it is I think you have to test some of the premises as well as the conclusion of the syllogism. I am not 100% sure we're not mixing, in some cases, apples and oranges.

The CBC's accounting as we see it expresses much more money spent on English television than it does on French television. This does not mean we haven't taken into account how many stations each of them are representing in that mixture and other factors.

As to your actual question, I don't think there's much of a difference in the labour, if any. Secondly, there definitely is a difference in certain licensings. Licensing is very often based on what the person who owns the property believes you as a broadcaster can get out of it. There's a sliding scale.

[*Traduction*]

give you the 1% more you are asking for". That is the kind of logic followed by the people running the CBC.

Le président: Excusez-moi de vous interrompre, mais je me demandais si on pourrais répondre à ma première question...

Thank you for those comments.

Monsieur Crawley, sur la question des coûts et les différences qui peuvent exister...

M. Crawley: Il est parfaitement absurde de prétendre que les coûts d'un programme donné sont les mêmes où que l'on se trouve. Si vous voulez faire quelques chose de particulier en créant une nouvelle émission, selon qu'il s'agit d'une émission de nouvelles, d'une dramatique, ou d'autre chose, les coûts vont nécessairement varier d'un projet à l'autre.

Le président: Mais il y a tout de même certaines tendances.

M. Crawley: Bien sûr, on peut essayer d'identifier certaines tendances.

Je suis tout à fait d'accord avec ce que Serge vient de dire. Si vous examiniez le budget global des émissions de la société—à condition qu'on puisse y avoir accès—vous verriez vous-mêmes qu'il est à tout à fait absurde de prétendre qu'on peut faire des économies en diminuant les droits des artistes. Est-ce que cela coûte plus cher de produire une émission en Saskatchewan, plutôt qu'à Toronto? Peut-être, mais si vous voulez exposer les téléspectateurs à la réalité sociale qui existe en Saskatchewan, il faut aller dans cette province pour produire votre émission.

Le président: Permettez-moi de vous poser la question de façon plus directe. Globalement, est-ce que les droits, ou à la main d'oeuvre si vous voulez, coûtent plus cher au Canada anglais qu'au Canada français? Comment les coûts se comparent-ils?

Mr. Crawley: They are pretty much the same.

Mr. Demers: Our agreements are very similar.

M. Amber: Lorsque les représentants du SNTC et du SCFP ont fait leurs exposés devant le comité la semaine dernière—je pense que vous étiez absent—on a justement soulevé la question. Je crois que le représentant du SNTC a dit que finalement, selon lui, un technicien du syndicat québécois gagne peut-être trois dollars de plus par semaine, par rapport au salaire de base.

Si je vous ai dit qu'il faudrait faire revenir les cadres de la société pour en discuter, c'est parce qu'il faut, d'après nous, examiner plus en profondeur, non seulement les prémisses, mais la conclusion de ce syllogisme. J'ai l'impression que dans certains cas, nous cherchons à comparer des choses qui ne peuvent se comparer.

À notre avis, les rapports comptables de la société laisse croire que les dépenses au titre de la télévision anglaise sont beaucoup plus élevés que celles de la télévision française. Mais nous avons évidemment tenu compte du nombre de stations dont il s'agit à chaque fois et d'autres facteurs importants.

Pour répondre à votre question au sujet des coûts de la main d'oeuvre, il n'existe guère de différence, à mon avis, si différence il y a. Par contre, il y a des différences marquées pour certains droits de retransmission. Ces droits sont souvent fonction de l'évaluation, par la personne qui les détient, des éventuels profits que vous en tirerez, vous, le diffuseur. Autrement dit, il y a une sorte de tarif dégressif.

[*Text*]

If, for example, I were a little station in Pembroke and for some reason I had the opportunity to bid on a major event, they would say there are only 40,000 people in Pembroke; therefore we will charge you $2,000. If the CBC, with a potential audience of X times 40,000, bids on it, they expect to be compensated to that degree. So in the licensings end of it there are vast differences.

What I'm saying is you should get the people back in here to talk about those figures much better than this. You are just attacking what is part of the issue.

The Chair: I'm going to interrupt myself now, because I have behaved very badly. I think I noticed Mr. Gallaway, Madame Tremblay, Mr. Ianno and we'll just keep on going. I think the good news is I haven't heard the gong, and the gong gives us half an hour. So we have a little extra time here.

Mr. Gallaway.

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): Thank you, Mr. Chairman.

Thank you to everyone for coming today. This has been an interesting perspective from four different groups.

I'd like to ask Mr. Provost a question about his text. You talk about re–engineering. You say re–engineering of activites is based on the principle that productivity of employees—the tradespeople—is increasing and the management has steadily declined. You're talking about engineers, bankers, lawyers and managers. Is that an expression of opinion?

M. Provost: Non. Ce sont des concepts qui viennent de l'industrie manufacturière. Dans l'industrie manufacturière, il y a toutes sortes de développements technologiques qui ont grandement augmenté le rendement de la main–d'oeuvre, tandis que l'administration, elle, au contraire a diminué. Donc, ce sont des concepts qui viennent de l'industrie et qu'on applique à Radio–Canada, tout simplement.

Mr. Gallaway: Okay. Excuse me. My concept of re–engineering was slightly different from yours, then.

You said the station closures of 1990—the ones Mr. Hanrahan mentioned to you—never produced the anticipated savings. Recently we had a group here that hailed the reopening of a regional station in Windsor, Ontario. When they closed that station, which they did in 1990, presumably it was to save some money. On May 23 of this year, they reopened it. Where did the money go in the meantime?

M. Provost: Avant de répondre à la question, je voudrais vous dire que notre syndicat a diffusé, entre février et mai de l'an dernier, cinq documents—je peux vous en donner copie—dans lesquels on analyse l'impact des coupures, le financement

[*Translation*]

Par exemple, si je suis propriétaire d'une petite station à Pembroke et que j'ai l'occasion de faire une offre pour obtenir les droits de diffusion d'un événement important, on va me dire que puisque la population de Pembroke n'est que de 40 000 âmes, on va me faire payer, mettons, 2 000$. Si la Société Radio–Canada, qui rejoint un public X fois plus grand, décide de faire une offre, les détenteurs de droit s'attendent à recevoir un paiement qui soit à l'avenant. Donc, il peut y avoir des différences énormes sur le plan des droits de diffusion.

Autrement dit, il faut absolument faire revenir les représentants de la société pour discuter à nouveau de ces chiffres. Vous attaquez un seul élément de ce qui est, en réalité, un problème beaucoup plus important.

Le président: Je vais maintenant m'interrompre, puisque je me suis très mal comporté comme président. Je crois que M. Gallaway, M^me^ Tremblay, et M. Ianno ont indiqué leur désir de poser des questions, et nous allons donc continuer l'interrogation. La bonne nouvelle c'est que je n'ai pas encore entendu la sonnerie et, même une fois que les cloches auront commencé à sonner, nous aurons encore une demi–heure. Donc, nous disposons encore d'un peu de temps.

Monsieur Gallaway.

M. Gallaway (Sarnia—Lambton): Merci, monsieur le président.

Je voudrais remercier tous nos témoins de leur présence. C'est intéressant pour les membres du comité de connaître le point de vue de quatre groupes différents.

Je voudrais poser une question à M. Provost au sujet de son texte. À propos de restructuration, vous dites que la restructuration des activités repose sur la notion que la productivité des employés—c'est–à–dire la main d'oeuvre—est à la hausse, alors que celle des cadres a progressivement diminué. Vous parlez d'ingénieurs, de banquiers, d'avocats et de cadres. S'agit–il là de votre opinion personnelle?

Mr. Provost: No, these are concepts used in manufacturing. In the manufacturing industry, there are all kinds of technological advances that have greatly increased worker productivity, while the size of management has steadily declined. In other words, these are concepts that are commonly used in industry and that we are simply applying to the Canadian Broadcasting Corporation.

M. Gallaway: Très bien. Excusez moi; disons que ma conception de la restructuration était quelque peu différente de la vôtre.

Vous avez dit que la fermeture des stations régionales en 1990—celle dont parlait M. Hanrahan tout à l'heure—n'a jamais permis de réaliser les économies escomptées. Nous avons récemment reçu un groupe qui se réjouissait de la réouverture d'une station régionale à Windsor, en Ontario. Quand on a décidé de fermer cette station en 1990, je suppose qu'on comptait réaliser des économies. Le 23 mai de cette année, cette station a rouvert ses portes. Alors, les fonds en question ont servi à quoi entre temps?

Mr. Provost: Before I answer your question, I want you to know that our union released five separate papers between February and May of last year—and I can give you copies—proving analyses of the cuts made, the way the Corporation is

[*Texte*]

de Radio–Canada, la comparaison entre le réseau français et le réseau anglais, le poids de l'administration à Radio–Canada et le dernier est une réponse à M. Manera sur les chiffres. Aucun des chiffres cités dans cela n'a jamais été contestés par la direction de Radio–Canada. Nous les avons rencontrés à plusieurs reprises. Ce sont leurs chiffres et j'en ai des copies pour tous ceux qui en veulent, si vous les voulez. Malheureusement, c'est seulement en français.

[*Traduction*]

funded, a comparison of the French–language and the English–language networks, the cumbersome management structure within the Corporation and, finally, a response to Mr. Manera about figures that were being discussed. None of the figures set out in that paper were ever challenged by CBC management. We've met with them on a number of occasions. They are, in fact, management figures and I can provide copies of those documents for any committee members who would like to have them. Unfortunately, they are only available in French.

• 1700

Dans l'année des coupures, les coûts de programmation ont augmenté de 33 p. 100 à Montréal et à Toronto, pendant que 1 216 postes étaient abolis et que le coût de la main–d'oeuvre de Radio–Canada augmentait. C'est donc clair qu'on a coupé. En région, on a coupé 45 millions de dollars, 33 au réseau anglais, 12 au réseau français. Donc, il y a eu des vraies coupures. Cela a fait mal. Mais, au même moment, le coût de programmation des réseaux de télévision augmentait de 43 millions de dollars à Toronto, et de 18 millions de dollars à Montréal. Au total, il s'agit de 16 millions de dollars de plus.

De 1989 à 1993, le coût de programmation de Montréal et Toronto a augmenté de 182 millions de dollars. Là, on ne fait pas une programmation sur l'histoire de Radio–Canada, on regarde la période où il y a eu des fermetures de stations, l'année précédent ces fermetures et les deux années qui ont suivi. Pendant cette période très dure, où on a supposément coupé, les coûts de programmation de Montréal et de Toronto ont augmenté de 182 millions de dollars, ou 33 p. 100. Et cela continue.

Mr. Gallaway: So who's receiving the money?

M. Provost: Il y a des coûts, des nouveaux services et de l'investissement. Le loyer du *Broadcast Centre* est 30 millions de dollars de plus élevé que les anciens loyers. Donc, déjà on vient de brûler une partie du capital. Et il y a tous les coûts d'organisation.

Quant à la programmation, les heures qui étaient produites en région ont dû être produites ailleurs, soit à Montréal, soit à Toronto. Il y a eu un déplacement de la production.

Pour répondre à l'autre question qui a été posée plus tôt, c'est normal que les coûts ne soient pas identiques entre le réseau français et le réseau anglais. À partir du moment où vous avez plusieurs centres de production, ils sont plus nombreux au réseau anglais, et c'est normal qu'il y ait une différence de coûts. Quand vous achetez des droits pour un plus grand auditoire, cela vous coûte un peu plus cher. C'est normal. Mais pas 200 millions de dollars de plus. Qu'il y en ait 80 ou 100 millions de dollars, je veux bien. Si vous regardez ce que vous faites avec 200 millions de dollars, je ne suis pas capable d'expliquer cela avec les tarifs des Jeux olympiques et le fait qu'il y a plus de stations.

Là, on ne parle pas des coûts de diffusion, on ne parle pas des coûts de la programmation locale, on compare la production réseau produite de Montréal et de Toronto. On compare du comparable.

In the year the cuts were made, programming costs went up by 33% in Montreal and Toronto, while 1,216 positions were being abolished and the Corporation's labour costs were on the rise. So, there is no doubt that cuts were made. In the regions, total cuts amounted to 45 million dollars: 33 million for the English–language network and 12 million for the French–language network. So, actual cuts were made. And they hurt. At the same time, television programming costs went up by 43 million dollars in Toronto, and 18 million dollars in Montreal. That is a total net increase of 16 million dollars.

From 1989 to 1993, programming costs in both Montreal and Toronto went up by 182 million dollars. We are not looking here at the entire history of the Corporation; we are only looking at the period during which stations were closed—to be precise, the year preceding those station closings and the two years that followed. During that extremely difficult period, when cuts were supposedly being made, programming costs in both Montreal and Toronto went up by 182 million dollars or 33%. And that's not all.

M. Gallaway: Qui donc se sert de cet argent?

Mr. Provost: Well, there are costs, and the money is used for new services and investment. Rent alone for the Broadcast Centre is 30 million dollars more than it was for the former facilities. So, part of the capital was eaten up right there. And then there are all the costs associated with organization.

In terms of programming, the hours of programming produced in the regions obviously had to be produced elsewhere—either in Montreal or in Toronto. So, production shifted during that period.

To answer the other question that was raised earlier, it is perfectly natural that costs of the French and English–language networks would not be identical. Once you are dealing with several production centres, of which the English–language network obviously has more, there has clearly got to be a difference in cost. When you purchase rights for a larger audience, it costs you a bit more. There's nothing unusual about that. But not 200 million dollars more. I am willing to accept that it may cost 80 or 100 million dollars more, but considering what can be done with 200 million dollars, I cannot see how it would cost that much more, based on the rights for the Olympic Games and the fact that there are more stations.

Now, we're not talking about broadcasting costs or the cost of local programming; we are simply comparing the cost of network production in Montreal, as opposed to Toronto. In this case, we are comparing apples with apples.

[*Text*]

M. Stea: En région, monsieur Gallaway, bien souvent, on travaille avec peu de moyens comparativement aux grands centres. Donc, produire une émission d'information en région, on peut le faire avec des équipes réduites, des moyens réduits. Alors que si l'on produit la même émission à Montréal ou à Toronto, nécessairement, les équipes vont s'agrandir. On va avoir un réalisateur, un assistant réalisateur, l'assistant de l'assistant, de l'assistant, de l'assistant, vous voyez. C'est ce qui explique que cela coûte plus cher souvent à produire dans les grands centres plutôt qu'en région.

Mr. Crawley: Can I just add something that I think approaches that? In terms of costs and going back to your question about the cost of rights, just to give you an example—and ask the CBC if I'm not correct about this—it seems to me there was a program that was produced actually in British Columbia for about 20 or 25 years called *The Beachcombers*, and because of the tastes of some management decisions it was eliminated. Now, in order to Canadianize the schedule, instead of running cheap dumped American product in the afternoon they would desperately like to re–run *The Beachcombers*. Now, in order to acquire the rights from the writers and the performers, it's something like $2.5 million, if I'm correct, and that's for something like 180 hours of television. They want us now to give them a break of about 50% because they say they can't afford it. Do you know what it would cost to produce 180 hours of television? But it's too much money.

This is what I'm trying to get at in my brief, which I hope you will read, about the priorities have to be adjusted. It has to do with where the money is being spent.

The Chair: Okay. Madame Tremblay.

• 1705

Mme Tremblay: Je voudrais continuer sur cette question des coûts pour essayer de comprendre.

M. Amber, vous avez dit que le profit des sports, ce n'était pas 1,9 millions, mais 20 millions de dollars. Quand on nous a parlé de 1,9 millions de dollars hier, si ma mémoire est bonne, parce qu'on finit par être embrouillés. . .

Le président: C'est net, net, net.

Mme Tremblay: C'est cela qu'on vous a dit. C'était le net, net, net, net, net, y compris le salaire de M. Manera qui doit être pris là–dessus.

Votre 20 millions, il est peut–être sale, sale, sale, sale, sale. . .

Des voix: Ah, ah!

Mme Tremblay: C'est peut–être ce qui explique la différence entre vos chiffres et les chiffres qu'on vous a donnés hier? C'est pour cela que je pense que c'est difficile de savoir, finalement, combien coûte une émission. Si, sur le coût de chaque production, on ajoute une partie du salaire de M. Manera. . . Il doit bien gagner sa vie.

[*Translation*]

Mr. Stea: Mr. Gallaway, it's important that you realize that in the regions, we often work with less money and facilities than larger centres. When we produce a news program in a region, we are able to produce it using smaller teams and fewer facilities. If that same program is produced in Montreal or Toronto, the teams will automatically be larger. There will be a producer, an assistant producer, and an assistant to the assistant, and so forth. That's the reason why it costs so much more to produce programming in the large centres than it does in the regions.

M. Crawley: Me permettriez–vous d'ajouter quelque chose qui est en rapport avec cette discussion? En ce qui concerne les coûts et pour en revenir à votre question sur le coût des droits, à titre d'exemple—et vous pourrez demander aux représentants de la société si ce que je vais vous dire est vrai ou non—il y a une émission qu'on produisait en Colombie–Britannique pendant 20 ou 25 ans, appelée *The Beachcombers*, qui a finalement été éliminée à la suite d'une décision de la direction. Maintenant, en vue de canadianiser sa programmation, plutôt que de diffuser de mauvaises émissions américaines obtenues à vil prix pendant l'après–midi, la société souhaite désespérément rediffuser *The Beachcombers*. Le coût de l'acquisition des droits des auteurs et interprètes se monte à environ 2,5 millions de dollars, si je ne m'abuse, pour environ 180 heures d'émission. La société nous demande de lui vendre ces droits pour 50 p. 100 de moins, car elle prétend ne pas avoir les moyens de payer 2,5 millions. Savez–vous ce que cela coûterait de produire 180 heures d'émissions? Pourtant, la société prétend que c'est trop d'argent.

Voilà justement ce sur quoi j'essayais d'insister dans mon mémoire—et j'espère que vous allez le lire—en parlant de la nécessité de réordonner nos priorités. Il s'agit de savoir à quoi nous devons consacrer les fonds disponibles.

Le président: Très bien. Madame Tremblay, vous avez la parole.

Mrs. Tremblay: I would like to pursue this issue of costs, just to be certain I understand.

Mr. Amber, you said that profits from sports programming did not amount to 1.9 million dollars, but rather 20 million dollars. When the sum of 1.9 million dollars was mentioned yesterday, as I recall—because once you've heard a few different sets of figures, you end up being confused—

The Chair: It's net, net, net.

Mrs. Tremblay: Yes, that what we were told. It was net, net, net; even Mr. Manera's salary had to be deducted from that amount.

On the other hand, maybe your 20 million dollar figure is gross, gross, gross—

Some hon. members: Ah, ah!

Mrs. Tremblay: Perhaps that's the reason for the difference between your figures and the ones you were given yesterday. Is that possible? It seems to me that in the final analysis, it's quite difficult to determine how much a program actually costs. If we have to add a portion of Mr. Manera's salary to the costs of each production. . . I imagine he is pretty well paid.

[*Texte*]

Des voix: Ah, ah!

Mme Tremblay: On ne le connaît pas le salaire du président de Radio–Canada.

Cependant, on nous a dit qu'une des raisons qui expliquait la différence entre Radio–Canada anglais et français, c'était que Radio–Canada français ne faisais que 8 000 heures de production, comparativement à 17 000 pour Radio–Canada anglais. Comment se fait–il que vous en faites si peu comparativement à Radio–Canada anglais?

The Chair: Mr. Amber, you wanted to add something to this as well.

Mr. Amber: I would just like to try. When I was listening to Mr. Manera and he kept saying "net, net, net", I thought we were finally playing hockey again.

When I made the reference to how much money was made, I was referring particularly to English television. The figures for me are fairly plain. In all the documentation I've been seeing come out over the last two or three months, one figure that I did see—and I forget which one it was in—said that CBC television sports, for the English network, had spent $77 million in the year. In other words, from the day they opened until the day they closed, over a year, they spent $77 million, and in the course of that year they brought in $96 million in advertising. That's a $19–million difference.

When you begin to play the game, you decide that one–third of Mr. Manera's salary goes to you, English television sports, and we are going to charge you for how much of the little bit of floor you have at the broadcast centre; this is your fee for that, and we will charge you for this and this. You begin to do that, you begin to suddenly take it. Why they did it that way I don't know.

In Toronto—for people who are knowledgeable about this—we know that it isn't $1.9 million. We know the $77 million and the $96 million seem to be right. The only other reason that I know this sounds very, very accurate is because in 1986 I was asked—even though I'm not in sports—to do a study of how CBC English television sports operates. At that time the levels of profit were in keeping with this $19–million difference as expressed in 1993 terms.

What you do with the figures... I think that CBC and Radio–Canada over–reacted. One of the things CTV did in its campaign to get the CBC and Radio–Canada never to bid again on an Olympic Games, which is what that exercise is about, was to charge that we weren't doing our bookkeeping right. I think someone in head office in Ottawa said "You want to see bookkeeping, we're going to show you bookkeeping—we're going to throw everything in the kitchen sink into these figures and we'll still show you we're ahead".

[*Traduction*]

Some hon. members: Ah, ah!

Mrs. Tremblay: The fact is, we do not actually know how much the president of the CBC is earning.

In any case, we were told that one of the reasons for the difference between the English language network and the French language network was that the French network had only 8,000 hours of production, compared with 17,000 on the English language network. Why is it that you have so few production hours, compared with the English language network?

Le président: Monsieur Amber, voulez–vous ajouter quelque chose?

M. Amber: J'aimerais bien essayer. Quand j'écoutais M. Manera répéter sans cesse «net, net, net», j'ai crû que la grève des joueurs de hockey était terminée.

Quand j'ai parlé des revenus tout à l'heure, je parlais surtout de la télévision de langue anglaise. Pour moi, les chiffres sont clairs. J'ai lu énormément de documents au cours des deux ou trois derniers mois, et il y a un chiffre en particulier dont je me souviens très bien—malheureusement, je ne me rappelle plus dans quel document je l'ai vu—à savoir que les émissions de télévision sportives du réseau anglais de la société avaient coûté 77 millions de dollars au cours de l'année. Autrement dit, du premier jusqu'au dernier jour de diffusion, la société a dépensé 77 millions de dollars et encaissé, 96 millions de dollars en recettes publicitaires; un écart de 19 millions de dollars.

Quand on décide qu'on va jouer ce petit jeu, on décide qu'un tiers du salaire de M. Manera sera attribué au service des émissions sportives du réseau anglais de télévision, que l'autre devra payer tant pour occuper les locaux dont il dispose au centre de radiodiffusion, que tel autre recevra telle rémunération pour son travail, etc. etc. Donc, une fois qu'on commence à jouer ce petit jeu, on prend tout cela très au sérieux. Pourquoi ont–ils décidé de tout calculer de cette façon? Je n'en sais rien.

À Toronto—et nous avons accès à des gens qui s'y connaissent—nous savons fort bien que la somme réelle n'est pas de 1,9 million de dollars. Nous sommes convaincus que les chiffres de 77 millions et de 96 millions de dollars sont exacts. Si je sais que ces chiffres sont exacts, c'est parce que, en 1986, on m'a demandé—même si je ne travaille pas dans le domaine des sports—de mener une étude sur le fonctionnement du service des émissions sportives du réseau anglais de télévision. À l'époque, les bénéfices étaient tout à fait comparables à cet écart de 19 millions de dollars que l'on retrouve pour 1994.

Quand on veut jouer avec les statistiques... Personnellement, j'ai l'impression que les cadres de la société, du côté anglais comme du côté français, ont eu une réaction tout à fait excessive. Dans sa campagne pour empêcher la société de faire d'autres offres en vue d'obtenir les droits des Jeux olympiques—et c'est bien de cela qu'il s'agissait—le réseau CTV a décidé d'attaquer les méthodes comptables de la société. J'ai l'impression que quelqu'un au siège social d'Ottawa a dû se dire: «Très bien. Vous trouvez que notre comptabilité n'est pas assez précise? Eh bien, vous allez voir! Nous allons tout comptabiliser et vous serez bien obligés d'admettre que nous avons raison!»

[*Text*]

But I don't think that helps anybody, because you begin to come up with a figure, but it is a figure not based in reality. I believe the reality of the $19–million or $20–million difference to be right. I think that if you go back and look at a transcript of yesterday's performance, somewhere in all his nets and un–nets Mr. Manera actually said something about a $15–million profit—$14 or $15 million. Somebody else caught it too. I heard that too.

M. Turgeon: Je voudrais tout simplement donner une réponse à M^me^ Tremblay.

Comparons les choses avec ce qui peut être comparé, les pommes avec les pommes, et les citrons avec les citrons. Ce qu'on vous dit, c'est que pour une production donnée au réseau français, on ne comparera pas cela à une production faite à Halifax, additionnée à une production à Toronto, additionnée à une production à Vancouver.

• 1710

Production pour production, le réseau anglais a plus d'argent pour faire une production que le réseau français. La réalité c'est que lorsque nos camarades journalistes s'en vont couvrir un évènement à l'étranger, et ils sont mieux placés que moi pour le dire, ils ont deux fois moins d'argent que le réseau anglais pour faire le même ouvrage. C'est cela la réalité. C'est ce qui est inéquitable. Pourquoi c'est comme cela? Posez la question au président de Radio–Canada, M. Manera, et demandez–lui de sortir ses livres et ses chiffres, et d'être transparent. C'est ce qu'on demande.

Le président: Un mot de ce coin–là?

M. Provost: C'est clair que le nombre d'heures de production est différent si vous ajoutez Newsworld, si vous ajoutez toutes les productions locales de chaque station. Mais, dans les comparaisons qu'on a faites, on a essayé de prendre des choses comparables. Quand vous diffusez sur le réseau, vous ne diffusez pas cinq émissions en même temps, et les semaines ont la même longueur en français et en anglais. La production au réseau est la même chose et on comparaît les coûts de production, non les coûts de diffusion. Par la suite, on s'est même dit qu'on allait prendre Toronto et Montréal, deux centres comparables.

D'après les chiffres déposés devant le CRTC, de 1987 à 1989, sur l'ensemble des années, Toronto a produit 19 837 heures de programmation réseau au coût moyen de 36 897 $. Pendant la même période, Montréal a produit 18 817 heures—c'est un petit peu moins, mais 19 000 et 18 000 c'est pas mal du même ordre—au coût moyen, pas de 36 000 $, mais 18 000 $. En ce qui a trait à la production réseau dans des grands centres, pour une qualité équivalente, on compare des pommes avec des pommes.

Mme Tremblay: Est–ce parce qu'ils ont de grands comédiens qu'on ne connaît pas et qui coûtent très chers? Est–ce qu'il y a beaucoup de Marina Orsini là–bas?

M. Provost: On ne sait pas.

[*Translation*]

Mais ce genre d'approche n'est pas très utile, en fin de compte, parce que les chiffres ne correspondent pas du tout à la réalité. Personnellement j'estime que le chiffre de 19 ou 20 millions de dollars, soit l'écart entre les dépenses et les recettes, correspond vraiment à la réalité. Si vous relisez le compte rendu de la réunion d'hier, entre tous ces «nets» et «bruts», vous allez voir que M. Manera a parlé de bénéfices d'environ 15 millions de dollars... 14 ou 15 millions de dollars. Quelqu'un d'autre, à part moi, a également entendu ce chiffre.

Mr. Turgeon: I would just like to respond to Mrs. Tremblay.

Let's start by comparing things that can be compared: apples with apples, and oranges with oranges. What we're saying is that a given French language production should not be compared with a program produced in Halifax, to which you add the cost of a Toronto production, and again, the cost of a program produced in Vancouver.

On a production by production basis, the English language network has more money to produce programming than does the French language network. The fact is that when our reporter colleagues go off to cover an event overseas—and they could explain this to you even better than I can—they have half the money their English language network colleagues have to do the same work. That is the reality; and that is what is unfair. Why are things done that way? Well, put that question to the president of the CBC, Mr. Manera; ask him to get the books out and give you his figures—to be open about the way things really are. That is what we're asking.

The Chair: Would someone over in that corner like to add something?

Mr. Provost: There is no doubt that the number of production hours is different if you add Newsworld, and if you add all the local productions. However, in the comparisons we made, we tried to limit ourselves to things that really could be compared. When you broadcast over a network, you are not broadcasting five different programs at the same time, and the weeks are just as long on the French network as they are on the English network. In both cases, network production is the same; so we compared production costs, not broadcasting costs. Then we decided we would use Toronto and Montreal, two comparable broadcast centres, as a basis for comparison.

Based on figures filed with the CRTC, from 1987 to 1989, over that period, Toronto produced 19,837 hours of network programming for an average cost of $36,897. Over that same time frame, Montreal produced 18,817 hours—a little less, but 19,000 and 18,000 are pretty comparable—for an average cost, not of $36,000 but $18,000. So, in the case of network production in the major centres, and programming of equivalent quality, we are indeed comparing apples with apples.

Mrs. Tremblay: Is it because they use a lot of well–known actors that we are not familiar with, and who have very high fees? Are there a lot of Marina Orsini in English Canada?

Mr. Provost: Well, we really don't know.

[*Texte*]

The Chair: I must say it's been a terrific discussion and I recommend to colleagues these very provoking questions. If you haven't got them, they're terrifically provoking.

Mr. Amber.

Mr. Amber: In my job I'm the executive producer of TV news specials and quite often I work along with Radio–Canada *émission spéciale* to do the same jobs. I tell you this because I think your job is getting harder rather than easier after today. It is getting harder because, as I said before, you keep hearing from various segments of the broadcasting system. Now you're hearing from people within CBC and Radio–Canada trying to get your attention about some of this internal financing, much of which I think we know in a generality rather than in a particular.

I do know that on many occasions when we were setting up for a convention, or setting up for another event, whether it be a budget event or whatever events we covered—and we covered many over the last 20 years together—it isn't two to one, it isn't three to one, very often it's about the same cost. In some cases, I know there were more people there from Radio–Canada than there were from CBC English television.

I am not giving you any definitive thing. I am saying you should actually get the people back here and get them to prove these points, because the idea of somebody else coming and making a claim to you that is not totally verified—and I don't want to get into an argument here with people—I think you owe it to yourselves to get the administration to actually open its book on these points.

The Chair: It is a repeat. As we gather more information, very useful as it has been today, we will put these questions with greater precision, in written form, to CBC. Then, of course, if we're not happy we'll go back to them either in our last session with them, which we'll have before we conclude hearing witnesses, or in written form. So it has been enormously helpful.

Mr. Ianno: It has been enlightening. I guess a brief review of the other committee, the defence committee... One of the statements was "One general, five soldiers." I am starting to sense that we're in the same boat. What I am curious about is more how do you see the bureaucracy in terms of the amount, and how can it be reduced without affecting the overall services? I would like to hear from all of you who may know the CBC through all of your workings.

• 1715

The Chair: This is the CBC bureaucracy you speak of.

[*Traduction*]

Le président: Je dois dire que j'ai trouvé cette discussion fort intéressante et je conseillerais à mes collègues de lire ces documents qui poussent vraiment à la réflexion. Si vous ne les avez pas encore, je vous conseillerais de vous les procurer. Les questions qui y sont abordées donnent vraiment à réfléchir.

Monsieur Amber.

M. Amber: Je suis producteur–délégué d'émissions spéciales d'informations télévisées, et j'ai souvent l'occasion de travailler avec les gens de Radio–Canada qui ont les mêmes responsabilités. Si je vous dis cela, c'est parce que j'ai l'impression que votre tâche sera d'autant plus difficile après la séance d'aujourd'hui. Comme je l'expliquais tout à l'heure, votre travail se complique parce que vous entendez le point de vue de divers segments du secteur de la radiodiffusion. En ce moment, les gens de la société essaient d'attirer votre attention sur leur système de financement interne, au sujet duquel nous n'avons que des renseignements généraux, et non des renseignements détaillés.

Je peux vous affirmer qu'à plusieurs reprises, lorsque nous devions nous préparer pour un congrès ou nous organiser pour un autre événement, qu'il s'agisse du dépôt du budget ou d'autre chose—nous avons couvert beaucoup d'événements de ce type au cours des 20 dernières années—j'ai pu moi–même constater que nos coûts n'étaient pas deux fois plus élevés, ni trois fois plus élevés, mais à peu près pareils qu'ils étaient, le plus souvent. Je sais que dans certains cas, il y avait plus de personnel de Radio–Canada que du réseau de langue anglaise.

Je ne peux pas vous donner de chiffre précis. Je vous dis simplement que vous devez faire revenir toutes ces personnes pour leur demander de prouver le bien–fondé de leurs arguments. Certaines vous ont dit des choses qui n'ont jamais vraiment été vérifiées—et je ne veux pas susciter un débat là–dessus—mais il me semble que si vous voulez avoir un portrait réel de la situation, vous devez demander à la direction de la société de vous montrer ses livres et de prouver le bien–fondé de ses arguments.

Le président: Il s'agit de revoir certaines questions. À mesure que nous recueillons des données—celles que vous nous avez fournies aujourd'hui nous seront fort utiles—nous serons plus à même de poser des questions précises, par écrit, aux responsables de la société. Et si nous ne sommes pas satisfaits de leurs réponses, nous allons évidemment revoir ces questions avec eux au cours de notre dernière séance, avant de terminer nos audiences; ou encore, en les leur transmettant par écrit. Donc, notre discussion d'aujourd'hui a été extrêmement utile.

M. Ianno: Oui, j'ai appris beaucoup de choses. Si je peux me permettre de parler d'un autre comité, celui de la défense... Je me souviens qu'on disait que pour chaque général, il y avait cinq soldats. Je commence à comprendre que nous faisons face ici à une situation analogue. Ce que j'aimerais savoir de vous, c'est comment vous voyez la bureaucratie? Et comment on pourrait éventuellement la réduire, sans nuire à la qualité des services? J'aimerais que tous nos témoins qui connaissent le fonctionnement de la société nous présentent leur point de vue à ce sujet.

Le président: C'est de l'administration de la SRC dont vous parlez.

[*Text*]

Mr. Ianno: Yes. What other bureaucracy are we discussing?

The Chair: The bureaucracy of the government that deals with the CBC. I just want to make sure—

Mr. Crawley: In attempting to answer that question, which is a profound one, remember what Serge told you earlier, as an example, about labour relations: negotiations are protracted; decisions can't be made at the table; there are too many channels to the decision. It's impenetrable; you can't get through.

I'll give you a practical example. We have one national agreement. Actually we have six agreements with the CBC, but we have one national agreement—

Mr. Ianno: Mr. Crawley, may I interrupt you for one second please? What I need is specific—

Mr. Crawley: I'm giving you a specific right here—

Mr. Ianno: There are eight people across the table giving you the answer. What I need to know—

Mr. Crawley: I'm giving you a specific right here sir, if you'll let me.

We have one collective agreement governing performers in television. Wherever you're working in Canada, you're working under the same agreement. We have five different payroll systems and ways of receiving compensation for the services we're offering. This has been the case for 15 years. This is not an isolated anecdote.

We negotiate at the bargaining table. As Serge says, the people in talent relations understand that perfectly well. They say they're going to take these concerns back. They get back to 1500 Bronson Avenue, to finance, who say that's all very well, you may have agreed to that in a legal document—which is not quite legal, because it's voluntary recognition, because we still haven't got the Canadian Artists and Producers Professional Relations Tribunal set up.

They seem to have lots of money to avoid meeting their obligations, by hiring lawyers or saying that it doesn't matter. There's a different department. They don't talk to each other. There are too many layers of management making decisions. That's the fundamental point, and I tried to give you one specific example.

M. Provost: Lorsque TVA est venu témoigner, ils étaient deux. Quant à Radio–Canada, il y avait six cadres dans l'assistance pour écouter. Cela explique la situation.

Pour le reste, vous allez le trouver dans les documents qu'on vous a déjà distribués. Il y a plusieurs chiffres qui suscitent la réflexion, ne serait–ce que lorsque vous avez 730 personnes affectées aux finances et aux comptes à recevoir et qu'il y en a 415 à la paie et aux ressources humaines, ensemble cela fait 15 p. 100 du personnel de Radio–Canada qui est occupé à des fonctions comme celles–là.

Jusqu'en 1970, les réalisateurs avaient les pleins pouvoirs sur les émissions d'affaires publiques à la télévision. Lors de la Crise d'octobre, Radio–Canada a rajouté des rédacteurs en chef et des rédacteurs en chef adjoints pour bien contrôler les contenus. Il n'y en avait pas auparavant, maintenant il y en a, cela fait du poids.

[*Translation*]

M. Ianno: Oui. De quelle autre pourrait–il s'agir?

Le président: De l'administration gouvernementale qui traite avec la SRC. Je veux simplement m'assurer. . .

M. Crawley: Pour répondre à cette question, qui est profonde, n'oubliez pas ce que Serge vous a dit tout à l'heure, par exemple, au sujet des relations de travail: les négociations sont interminables; les décisions ne peuvent être prises à la table de négociations; il y a trop de paliers de décisions. C'est un maquis impénétrable dans lequel on se perd.

Je vais vous donner un exemple pratique. Nous avons une convention collective nationale. De fait, nous avons six conventions collectives avec la SRC, mais une convention nationale. . .

M. Ianno: Monsieur Crawley, pourrais–je vous interrompre un instant? Ce qu'il me faut, ce sont des données précises. . .

M. Crawley: Je vais vous donner quelque chose de précis tout de suite. . .

M. Ianno: Il y a huit personnes de l'autre côté de la table qui vous donnent la réponse. Ce que j'ai besoin de savoir. . .

M. Crawley: Je vais vous donner quelque chose de précis tout de suite, si vous me laissez parler, monsieur.

Nous avons une convention collective qui régit les artistes à la télévision. Où qu'ils travaillent au Canada, ces derniers relèvent de la même convention. Il y a cinq systèmes de versement des salaires et des diverses rémunérations que l'on reçoit pour les services que nous offrons. C'est ainsi depuis 15 ans. Ce n'est pas un cas isolé.

Nous discutons à la table de négociations. Comme dit Serge, les responsables des relations avec les artistes comprennent cela parfaitement bien. Ils disent qu'ils vont faire part de nos préoccupations à qui de droit, et les soumettent au 1500 avenue Bronson, aux gens des Finances, qui disent: tout cela est bien beau, vous avez peut–être convenu de cela dans un document juridique—qui n'a pas tout à fait valeur juridique, car ce n'est qu'une reconnaissance facultative, étant donné que nous n'avons toujours pas de Tribunal des relations professionnelles des artistes et producteurs canadiens.

Ils semblent avoir beaucoup d'argent à dépenser pour éviter de remplir leurs obligations, en engageant des avocats ou en se repassant la balle d'un service à l'autre. Les services ne se concertent pas entre eux. Il y a trop de niveaux hiérarchiques qui prennent des décisions. C'est le problème fondamental. J'ai essayé de vous en donner un exemple concret.

Mr. Provost: When TVA appeared, they sent two people. When it was CBC's turn, there were six managers in the room who came to listen in. This is very telling.

As for the rest, you'll find it in the documents that have already been distributed. There are many figures that make you think, like the fact that there are 730 people looking after Finance and Receivables and 415 in Compensation and Human Resources. Alltogether, they make up 15% of CBC's workforce doing nothing else.

Until 1970, producers were fully responsible for their public affairs shows on TV. At the time of the October crisis, CBC added Chief Editors and Assistant Chief Editors to better control content. These positions didn't exist before, they are still there now, and they are costly.

[*Texte*]

Lorsque M. Gougeon, l'ancien vice-président de la télévision française a réorganisé les niveaux d'administration, car il y en avait de trop, il les a ramené à trois. Il y avait plus de cadres après qu'avant. Ceux qui étaient aux niveaux 4 et 5 ont été promus au niveau 3 avec des augmentations de salaire.

Donc, bien sûr, officiellement vous avez allégé la structure administrative de Radio-Canada. Dans la pratique, cela coûte plus cher; il y a plus de monde.

M. Turgeon: Je vais vous donner un petit exemple qui va vous faire bondir et, si vous voulez avoir les noms précisément, je vous les donnerai en dehors de cette réunion.

Un employé de Radio-Canada devait prendre sa retraite dans deux mois. Deux mois avant, on a décidé d'abolir son poste. On a donc acheté son départ et on lui a donné une prime de départ qui a occasionné des coûts de 12 0000 $ plutôt que d'attendre deux mois. Cela s'est passé il n'y a pas tellement longtemps à Radio-Canada. Voilà le genre d'exemple qu'il faut dénoncer.

The Chair: Mr. Amber.

Mr. Amber: I'm not going to sit here and add another horror story to the horror stories. There are obviously a lot of problems. In some areas the bureaucracy seems overwhelming.

A lot of people wonder about the payroll system, the computer system and how many people it takes to generate these things. This is stated on the record.

• 1720

On the English side they've cut away a lot of the management, although in some cases there's still too much. There are also other abnormalities of bureaucracy that one wonders about. For example, people at the CBC who work in our union and other unions can get employed different ways. They are either on staff or on a yearly contract. If they were on a yearly contract and at the end of the contract, that's okay. But you have people on one-year contracts for a long time. Their rights and their obligations are different from those of the people who are on staff. There are all sorts of abnormalities that have grown up helter-skelter, and it seems the corporation hasn't been able to sit down and go through all this and come up with straighter lines and less people doing some of the work.

Mr. Hal Doran (Canadian Media Guild, Producer of CBO Ottawa's All in a Day): Here's a brief example. I work in radio. You'd think radio would be much simpler than television, but you have about four jobs that happen in most radio productions. You have a technician to operate the equipment, you have a host to talk on the air, you have a producer to organize things, and you have a production assistant to deal with payments, coordination, answering the phone and that kind of thing. That would be a fairly typical small radio unit.

The technician works 37.5 hours per week and gets overtime calculated in 15-minute increments. The host works a 160-hour month, calculated monthly. The producer, who may or may not be on contract or on staff—we've had people on contract for 15

[*Traduction*]

When Mr. Gougeon, the former Vice-President of the French television services reorganized management levels, because there were too many, he brought them down to three. But we ended up with more managers than before. Those who were at level 4 and 5 managers were promoted to level 3, with corresponding salary increases.

So, officially, the administrative structure of the CBC was reduced but, in practice, it is more costly and there are more managers.

Mr. Turgeon: I can give you an example that will make your hair stand and if you want the names of the people involved, I can give them to you outside this room.

A CBC employee was to retire in two months. Two months before he left, his position was eliminated. So, they bought him out and they gave him $120,000 severance pay rather than wait two months. This happened not too long ago at CBC. That is the type of thing that should be stopped.

Le président: Monsieur Amber.

M. Amber: Je ne veux pas rester ici et ajouter une autre anecdote scandaleuse à toutes celles qui ont déjà été contées. Il y a manifestement quantité de problèmes. Dans certaines secteurs, la bureaucratie semble écrasante.

Bien des gens s'interrogent au sujet du système de paie, du système informatique et du nombre d'employés qu'il faut pour faire tourner ces services. Tout cela a déjà été dit.

Du côté anglais, ils ont supprimé pas mal de postes de cadres, bien qu'il en reste encore beaucoup trop. Il y a d'autres anomalies bureaucratiques encore qui suscitent des interrogations. Par exemple, nos adhérents et ceux d'autres syndicats peuvent être employés sous des régimes différents à la SRC. Il y a les permanents, les contractuels engagés par contrat pour un an. S'ils ont un contrat d'un an et qu'il expire, pas de problème. Mais vous avez des gens qui travaillent avec des contrats annuels pendant très longtemps. Ils ont des droits et des obligations qui diffèrent des permanents. On rencontre toutes sortes d'anomalies; il semble que la société est incapable de rationaliser son fonctionnement, de tirer des lignes plus droites, et de réduire les effectifs de certains secteurs d'activité.

M. Hal Doran (Canadian Media Guild, producteur de All in a Day, CBO Ottawa): Voici un petit exemple. Je travaille à la radio. Vous pourriez penser que la radio est beaucoup plus simple que la télévision, mais pour la plupart des émissions radio, il y a quatre fonctions à remplir. Il y a un technicien qui fait marcher le matériel; un animateur qui passe sur les ondes; un producteur qui organise l'ensemble; et un assistant de production qui s'occupe des paiements, de la coordination, de répondre au téléphone et ce genre de choses. Voilà donc une petite unité radio à peu près typique.

Le technicien travaille 37,5 heures par semaine, et ses heures supplémentaires sont calculées par tranches de 15 minutes. L'animateur travaille 160 heures par mois, calculées mensuellement. Le producteur, qui peut être un contractuel ou

[*Text*]

years and longer—works on a one–to three–year contract with unlimited number of hours. Occasionally he might get a special bonus compensation, but it's not calculated on the number of hours worked. The production assistant works a 40–hour week. Then we wonder why payroll sometimes gets things wrong and people don't always get the right cheques. Maybe there are some areas there to be streamlined.

M. Stea: Monsieur le président, je dois vous dire que c'est un peu difficile pour nous de dénoncer ce genre de choses ici. Pourquoi? Parce qu'on est en conflit d'intérêt. Bien sûr, on sait qu'on doit couper; Radio–Canada reconnaît qu'il doit couper, mais c'est dans l'intérêt de l'employé qui veut sauvegarder son emploi de couper le moins possible.

Plus on va vous dire que c'est mal géré, plus vous allez vouloir couper à Radio–Canada. Donc, on est en conflit d'intérêt. Même si on dit à Radio–Canada qu'elle doit couper de tant de millions de dollars, c'est toujours la Société qui a le dernier mot. Même si vous lui dites qu'elle doit couper 300 millions de dollars de son budget, Radio–Canada décide où couper et qui va rester à l'antenne. Elle ne coupera pas nécessairement où vous voulez qu'elle coupe.

Il ne faudrait pas généraliser. Certes, on entend des scénarios d'horreur. Je viens de Sept–Îles; pour vous les politiciens de la circonscription de Manicouagan, la station radio de Sept–Îles est l'une des plus petites stations du réseau de Radio–Canada. On n'est seulement que cinq journalistes dans la salle des nouvelles, et on est capables de produire des bulletins différents, d'heure en heure. La station de Sept–Îles est celle qui a le plus contribué au réseau pour l'acheminement de reportages. Donc, oui, il y a des histoires d'horreur, mais il ne faut pas généraliser. Il y a quand même certains secteurs, et je vous parle de mon expérience, où les régions sont performantes.

Mr. Ianno: I think Mr. Amber used the word "detective"—we value the CBC and the work that you do and all of that. We're trying to find ways of making our dollar work more effectively, so that you're not spending 1,100 people to do payroll if it can be done in a different manner. We don't have the answers here. I don't think any of us do.

Maybe you should send us some paper anonymously, in terms of giving us suggestions that your members recommend. It's not that we want ACTRA or your colleagues to get less, it's that we want to make the CBC work more effectively to give Canadians feedback and give them what we believe the mandate is. It doesn't necessarily mean the management level is working effectively or isn't. We don't know, but we want people like yourselves to give us the information. If you feel intimidated doing it in a public forum, give it to us anonymously and we will deal with it to the best of our ability.

[*Translation*]

un permanent—nous avons des gens qui travaillent à contrat depuis 15 ans et plus—travaille sur la base d'un contrat de un à trois ans, avec un nombre d'heures illimité. À l'occasion, il peut toucher une prime spéciale mais qui n'est pas calculée en fonction du nombre d'heures travaillées. L'assistant de production fait une semaine de 40 heures. Ensuite on s'étonne qu'il arrive au service de la paie de se tromper, et que les gens ne touchent pas toujours le bon chèque. Il y aurait peut–être lieu, en l'occurence de procéder à une rationalisation.

Mr. Stea: Mr. Chair, I must say that it is somewhat difficult for us to denounce that type of thing. Why? Because we have a conflict of interests. Of course, we know that cuts have to be made; CBC knows that cuts have to be made, but it is in the interests of the employee who wants to keep his job to cut as little as possible.

The more we say that CBC is mismanaged, the more you'll want to cut. Therefore we have a conflict of interests. Even if we tell CBC it has to cut so many millions of dollars, it's always the corporation who has the last say. Even if you tell the corporation to cut 300 million dollars in its budget, CBC will decide where to cut and who will stay on the air. It might not cut where you would like it to cut.

We shouldn't generalize. Obviously, there are horror stories going around. I am from Sept–Îles; for you the politicians of the Manicouagan riding, the Sept–Îles radio station is one of the smallest of Radio–Canada's network. There are only five reporters in the newsroom, and we are able to produce different newscasts every hour. The station in Sept–Îles is the one who contributed the most to the network in terms of news stories. It is true that there are some horror stories, but we shouldn't generalize. In my experience, there are some areas where regions are performing very well.

M. Ianno: Je pense que M. Amber a utilisé le mot «détective»—nous apprécions la SRC et le travail que vous faites et tout cela. Nous essayons de trouver le moyen de faire le meilleur usage de notre argent, afin que vous n'ayez pas 1 100 personnes qui préparent les bulletins de paie quand cela peut être fait à moindre coût. Nous ne connaissons pas les solutions. Je ne pense pas que quiconque d'entre nous les connaisse.

Vous devriez peut–être nous envoyer quelques documents anonymes, où vous formuleriez quelques suggestions recommandées par vos adhérents. Ce n'est pas que nous voulions qu'ACTRA ou vos collègues touchent moins; nous voudrions simplement que la SRC devienne plus efficace, et qu'elle remplisse son mandat de façon que les Canadiens en aient pour leur argent. Cela ne signifie pas nécessairement que nous ayons une opinion sur la qualité de l'administration. Nous ne savons pas, mais nous aimerions que des gens comme vous nous renseignent. Si vous vous sentez intimidés dans un forum public, faites–le anonymement. Nous tâcherons d'utiliser ces renseignements de notre mieux.

• 1725

The Chair: You could actually do it with no stamps.

Le président: Vous pourriez même le faire en économisant les timbres.

[*Texte*]

Monsieur Demers.

M. Demers: J'aimerais ajouter au commentaire du député. Je pense que la question de base c'est de donner un encadrement juridique pour forcer tant CBC que la Société Radio–Canada à avoir une transparence au niveau des finances pour faire en sorte que les actionnaires que nous sommes de Radio–Canada puissions être informés de la qualité de la gestion de l'entreprise. La direction de l'entreprise doit être responsable de sa gestion, à défaut de quoi, comme dans n'importe quelle autre entreprise, si elle est inacceptable, on doit la changer.

Tant qu'on n'aura pas fait cela, on pourra spéculer. Cela fait 10 ans que je me promène devant le CRTC, devant des commissions comme la vôtre, etc. Sur Radio–Canada, on dit la même chose depuis 10 ans et on se répète aujourd'hui. À un moment donné, il faudra prendre des décisions. On vous dit qu'on pense que Radio–Canada a un rôle important à jouer dans notre société et qu'il ne faut pas jeter le bébé avec l'eau du bain.

The Chair: Mr. Hanrahan, then we're done.

Mr. Ianno: I just want to ask you something. If somehow the CBC made public the information you're asking for, would it somehow hurt your members if the opposition—CTV and others—were able to use that information to better their service and hurt the CBC?

M. Demers: Du tout. D'aucune façon. On ne veut pas pousser la transparence jusqu'à répandre des noms sur la place publique. Je pense que ce n'est pas cela parler de transparence. On veut voir la partie de l'argent qui est utilisée pour la programmation, pour le soutien technique, pour le service des cadres, pour le service de la paie, etc.

On veut aussi voir comment on utilise l'argent pour générer de la nouvelle production. Est–ce que la nouvelle production se compare aux coûts qu'on peut retrouver soit chez les télédiffuseurs privés ou les producteurs privés? Je pense qu'on ne veut pas personnaliser l'information. Cependant, il n'y aurait aucune difficulté en ce qui concerne nos membres et je dirais même que si nous avions l'information, les moyens techniques et financiers, on serait très heureux de faire une analyse des coûts de nos membres à Radio–Canada depuis 20 ans, les comparer avec une étude semblable de nos collègues et vous fournir de l'information. On serait très heureux de le faire.

Mr. Crawley: I agree. I think the problem is quite a fundamental one, Mr. Ianno, because it goes back—and this is what we are trying to get at in our brief—to the late 1970s or maybe further, when the commercial imperative came into the CBC and advertising revenues were seen as a viable way to support public broadcasting because the politicians felt they didn't want to spend the money. Parliament didn't want to give enough money.

Some of the things I have to say—and the CBC has been making the point for many years—concern this concept of having long–term financing so you can plan things for five years and create efficiencies. They've never had that, in their defence, except last February, when they were promised it, but now that seems to be in doubt. We hope it's not. I have to say that in their favour.

[*Traduction*]

Mr. Demers.

Mr. Demers: I'd like to add something to the member's comment. I think the basic issue is to provide a legal framework to compel CBC, as well as Radio–Canada, to be more transparent, financially speaking, so that all of us, who are the Corporation's shareholders, can be informed about the quality of the Corporation's management. Management must be held accountable and if it's doing a poor job, managers should be fired, like in any other business.

Unless we have that, we can talk as much as we like. I've been appearing for ten years before the CRTC, before Committees like yours etc. All these years, I have heard the same things about the CBC and we still hear the same stories. There comes a time when decisions must be made. What we are telling you is that we believe the Corporation has an important role to play in our society and that we shouldn't throw the baby out with the bath water.

Le président: Monsieur Hanrahan, et ce sera tout.

M. Ianno: J'aimerais juste vous demander quelque chose. Si la Société rendait publiques les données que vous demandez, est–ce que cela porterait préjudice à vos membres si l'opposition—CTV et les autres chaînes—pouvait s'en servir pour améliorer leurs services et nuire à la SRC?

Mr. Demers: Not at all. No way. We don't want to push transparency as far as naming names. This is not what we mean by transparency. What we want to know is how much is spent on programming, how much on technical support, how much on management, how much on payroll services etc.

We also want to know how much money is used to produce new programs. How does the cost of new productions compare to those costs of private broadcasters or producers? There is nothing personal in this data. However, this would not cause any difficulty to our members and I would even say that if we had this information, about the technical and financial means, we would be very happy to provide an analysis of the cost of our members to the Corporation for the last 20 years, compare this cost with those of our colleagues in the private sector and provide you with all this data. We would be very happy to do so.

M. Crawley: Je suis d'accord. Je pense que le problème est tout à fait fondamental, monsieur Ianno, car il remonte—et c'est ce que nous essayons de faire ressortir dans notre mémoire—à la fin des années soixante–dix, ou peut–être même plus loin, lorsque l'impératif commercial s'est imposé à la SRC, et que les recettes publicitaires ont été considérées comme une façon viable de financer la radiodiffusion publique, parce que les politiciens refusaient de payer. Le Parlement ne voulait plus payer assez.

Il faut bien dire—et la SRC s'en plaint depuis de nombreuses années—que la société devrait disposer d'un financement à long terme afin de pouvoir planifier sur cinq ans et créer des économies d'échelle. La SRC n'a jamais eu ce luxe, il faut le dire à sa défense, sauf en février dernier, où on lui a fait cette promesse, mais aujourd'hui cela semble de nouveau mis en question. Nous espérons qu'il n'en sera pas ainsi. Il faut dire cela à sa défense.

[*Text*]

If the commercial imperative is there, if they have to be seen to be competitive with the private sector in the country, they start to think that way. They start to think they have to keep their secrets and act like some kind of corporation that's paying dividends to shareholders. The dividends they have to pay are to the people of Canada, to all the regions of Canada, in programming. That's where the funds have to go.

There are all kinds of creative ways to do that. The point is whether the priorities are there. They seem to be sneaking in a different direction and that's why they can turn around and say to you, they can't touch us now because our competitor, CTV, will find out. Well, they shouldn't be competitors with CTV in the first place. That's my point.

The Chair: I just have to say that at this point it's not apparent that the commercial imperative has produced administrative efficiencies, nor necessarily has it stabilized funding. These things seem to be able to go on regardless.

Mr. Provost.

Mr. Provost: Yes, there is a conflict of interest for the employee. When we published these bulletins, we decided to have a discussion inside the CBC to see how we could be more efficient. We wanted to participate in that, but we didn't send that to the reporters, the media, or the MPs. We thought that saying or showing or talking about the inefficiencies in the CBC. . . For you, the only counter is that they have fat left, so we can cut them more.

[*Translation*]

Si l'impératif commercial est là, si la SRC doit concurrencer le secteur privé, une certaine façon de penser s'instaure. La direction commence à penser qu'elle doit garder ses secrets et agir comme n'importe quelle société commerciale qui paie des dividendes à ses actionnaires. Mais les dividendes doivent aller à tous les Canadiens, à toutes les régions du Canada, sous forme d'émissions. C'est à cela que doit servir l'argent.

Il y a toutes sortes de façons créatives de le faire. La question est de savoir quelles priorités on se fixe. Ils s'embarquent, semble–t–il dans une direction différente et c'est pourquoi ils peuvent se retourner et vous dire qu'ils ne peuvent rien dire maintenant parce que leur concurrent, CTV, l'apprendra. Eh bien, la société ne devrait pas être en concurrence avec CTV en premier lieu. Tout part de là.

Le président: Je dois dire que, jusqu'à présent, l'impératif commercial ne semble guère avoir engendré l'efficacité administrative, ni stabilisé le financement. Toutes ces difficultés se perpétuent comme si de rien n'était.

Monsieur Provost.

M. Provost: Oui, il y a un conflit d'intérêts pour l'employé. Lorsque nous avons publié ces bulletins, nous avons décidé d'avoir une discussion au sein de la société pour voir comment devenir plus efficient. Nous voulions participer à cela, mais nous n'avons pas envoyé ces documents aux journalistes, à la presse, ni aux députés. Nous pensions qu'en parlant ou en montrant les lacunes dans la gestion de la SRC. . . Pour vous, la seule réaction est de dire qu'il y a encore du gras à couper, et que donc vous allez couper encore davantage.

• 1730

What we are interested in is to better use the money we have. That's our interest. It's very touchy, that kind of information, and 400 reporters had it inside and it didn't leak in the media. You see how we are in conflict of interest. We want to discuss it. We need that information. We need a discussion inside the CBC about how to be more efficient, but at the same time just throwing around how inefficient we are is only an invitation to cut us, and that's not what we want. That's not what we need.

Ce qui nous intéresse, c'est de faire un meilleur usage des fonds que nous avons. C'est là notre intérêt. C'est très délicat, ce genre d'information, et 400 journalistes internes étaient au courant et il n'y a eu aucune fuite dans les médias. Vous voyez donc que nous avons un conflit d'intérêts. Nous voulons en parler. Nous avons besoin de cette information. Il faut un débat à l'intérieur de la SRC sur la façon de devenir plus efficace; mais en même temps faire étalage de notre inefficacité reviendrait à lancer une invitation à sabrer encore davantage dans nos budgets; ce n'est pas ce que nous voulons. Ce n'est pas ce dont nous avons besoin.

The Chair: Well, it is very helpful to us.

Mr. Amber has a word, then Mr. Hanrahan.

Le président: Eh bien, ces précisions nous seront très utiles.

Je vais donner la parole à M. Amber, puis à M. Hanrahan.

Mr. Amber: Quite obviously, it can't hurt our members, because one of the reasons why the CBC is always the target is because myths just grow up out of nowhere because of the lack of information. So I don't think it could hurt our members. I think it could do things to dispel things.

For example, last Thursday when my colleagues were here, one of the questions from one of your members worked on the assumption that CTV's claim that we won't make any money on the Olympics in Atlanta was a fact now. It's not a fact. In fact, if CBC were willing to do it, they would show you they're more than halfway to a profitable situation. All the way constantly through it, if they had to reveal more about how it worked, I think it would dispel a lot of the myths and it would make them

M. Amber: De toute évidence, cela ne peut faire de tort à nos membres, car l'une des raisons pour lesquelles on s'en prend toujours à la SRC est à cause de tous les mythes qui circulent en raison du manque d'information. Je ne pense dont pas que cela puisse faire du tort à nos adhérents. Je pense qu'au contraire cela clarifierait les choses.

Ainsi, jeudi dernier, lorsque mes collègues ont comparu, l'une des questions posées par un député prenait pour argent comptant l'affirmation de CTV que nous ne gagnerions pas d'argent avec les Jeux olympiques d'Atlanta. Or, c'est faux. En fait, si la SRC voulait bien, elle pourrait vous prouver qu'elle est déjà à mi–chemin de la profitabilité. Si la SRC voulait bien en dire davantage sur son fonctionnement, je pense que cela dissiperait quantité de mythes et rendrait la société plus

[*Texte*]

much more accountable. If you knew everything you did was going to be exposed to the public, if need be, you would obviously be a lot more careful in the way you went about your business.

I would say one thing. There are some areas you would keep to yourself. For example, there are certain areas, if I give it in another arena, there are certain times when a city council or something will have an in camera session to discuss personnel matters. I think there is always planning going on about trying to pick up properties. I don't think anyone would expect them at a certain point to say here is our strategy and here's how we're going to do it. I think there are certain areas, but if you just limited the secrecy to those areas we would all know a lot more about how it worked and I think it would be better for the CBC.

The Chair: Mr. Hanrahan, you, like Rex Murphy, have the last word.

Mr. Hanrahan: I'm going to follow up Mr. Ianno's question in terms of transparency. Mr. Amber's comment that he as a taxpayer and we as elected officials cannot get an analysis of CBC's books I quite agree with.

The CTV president suggested to us that a select group be permitted to observe the books. Mr. Manera says it would put the corporation at a distinct disadvantage from a competitive point of view if they were to open up their books. I take it that you all agree with the president of CTV rather than the president of CBC.

Some hon. members: Oh, oh!

Mr. Crawley: Not all of us, because I think it's very fundamental that if you depend on advertising revenue, if you compete for acquiring product on a commercial basis rather than commissioning product that you know will not be made on a commercial basis, and if your political masters aren't willing to give you stable funding enough that you can provide that programming at a quality that will appeal and serve its mandate, which I would suggest is more in the public interest than the need to generate revenues and make a profit like a private corporation, you will have certain areas of sensitivity where you will always have to keep some secrets. If you want total transparency, give them enough money to do the job.

The Chair: Mr. Turgeon has a little something to add to this, I think.

M. Turgeon: Très brièvement, je vous dirais, en réflexion à tout cela, que si nous parlons d'une véritable télévision publique, monsieur le président, on ne parle pas de concurrence. Si Radio-Canada parle de concurrence, c'est qu'elle-même ne comprend pas le sens d'une télévision publique, et cela est grave.

The Chair: Mr. Amber.

Mr. Amber: There definitely are certain what you would call business areas. You couldn't have a report saying—I just make this up as an example—we gave Anne Murray half a million dollars to do a show, because quite obviously what the CBC might pay Anne Murray is something that, if it were known by CTV or anybody else, becomes. . . She wouldn't want it to be known necessarily, and so on and so forth. I use that as an example.

[*Traduction*]

responsable. Si elle savait que tout ce qu'elle fait risque éventuellement d'être porté à la connaissance du public, elle ferait manifestement beaucoup plus attention.

J'ajoute une chose, cependant. Certaines choses doivent rester confidentielles. Ainsi, il arrive à un conseil municipal ou à un autre organisme de siéger à huis clos pour discuter des questions de personnel. Je ne pense pas que l'on exigerait de la société qu'elle dévoile sa stratégie et les moyens envisagés pour la réaliser. Mais si le secret est limité à ces aspects, nous en saurons tous beaucoup plus sur son fonctionnement, et ce sera bien mieux pour elle.

Le président: Monsieur Hanrahan, vous avez le dernier mot, comme Rex Murphy.

M. Hanrahan: J'aimerais rester sur la question de M. Ianno concernant la transparence. Je suis d'accord avec la remarque de M. Amber, à l'effet que lui, en tant que contribuable, et nous en tant qu'élus, n'avons pas accès à une analyse des comptes de la SRC.

Le président de CTV nous a suggéré de soumettre les comptes à un groupe restreint. Monsieur Manera dit que la société serait nettement désavantagée au plan de la concurrence avec les autres réseaux si elle devait ouvrir ses livres comptables. J'imagine que vous êtes tous d'accord avec le président de CTV plutôt qu'avec le président de la SRC.

Des voix: Oh, oh!

M. Crawley: Pas tous, parce que si vous dépendez des recettes publicitaires, si vous êtes en concurrence pour l'acquisition d'un produit sur une base commerciale, plutôt que de réaliser vous-mêmes vos émissions sur une base non-commerciale, et si vos maîtres politiques ne veulent pas vous donner un financement suffisamment stable pour assurer une programmation de qualité qui intéresse le public et corresponde à votre mandat—ce qui est d'ailleurs plus dans l'intérêt du public que l'obligation faite de dégager des recettes et de réaliser des profits comme une société privée—vous serez bien obligés de conserver quelques secrets. Si vous voulez une transparence totale, donnez à la société un budget suffisant pour faire son travail.

Le président: Je pense que monsieur Turgeon voudrait ajouter quelque chose.

Mr. Turgeon: Very briefly, I would say, reflecting on all of this, that if we are talking about a real public television, Mr. Chairman, we shouldn't talk about competition. If CBC talks about competition, it means that it doesn't have a real sense of what public television is, and that's worrying.

Le président: Monsieur Amber.

M. Amber: Il y a manifestement un certain nombre de décisions qu'il faut qualifier de commerciales. Nous ne pourrions avoir un rapport disant—prenons un exemple—que nous avons versé un demi-million de dollars à Anne Murray pour une émission parce que si CTV, ou n'importe qui d'autre, savait quel cachet la SRC verse à Anne Murray. . . Elle-même n'aimerait pas nécessairement que cela se sache, etc., etc. Ce n'est qu'un exemple.

[*Text*]

There are certain business things you wouldn't be able to tell, but the rest of it you certainly could. I would just repeat that if this was what the CTV president was alluding to—and I don't know whether it was—it doesn't sound like a bad idea.

The Chair: Do you buy the argument that commercialization, the pressure of the market, leads to secrecy?

Mr. Amber: No.

The Chair: You don't agree with that?

Mr. Amber: Whether you had advertising for programs or didn't, the minute certain business facts become public, even if you were the only person around, the people you're dealing with could use that information. I think there are certain business things that have to be kept quiet, but they are few and far between in comparison with the entire administration and production and labour relations and so on.

As a labour union person, I would love to know what the CBC pays its lawyers to pull us into arbitration every day. You don't need to know this, but I would love to know what that fee is.

The Chair: Providing, of course, you tell them what you're paying.

Does that help, Mr. Hanrahan, or do you have anything else?

Mr. Hanrahan: No, that's fine. If anyone else has questions I'd be glad to give up the time.

The Chair: I think we probably will be called, and we have imposed on your kindness for quite a long time.

I think I say on behalf of all of us that it has been a very stimulating and interesting afternoon. There is actually an advantage, and I come back to Madam Tremblay's point, to bringing people together who can look at the same problem from somewhat the same perspective but different angles. I think we had a good example this afternoon of how a panel can work productively.

I'm sorry we don't have as much time as we'd like, but we really got our money's worth—and I hope yours—this afternoon. We thank you very much.

The meeting is adjourned.

[*Translation*]

• 1735

Il y a certaines transactions commerciales qui ne pourraient pas être dévoilées, mais le reste pourrait certainement être divulgué. Si c'est à cela que faisait allusion le président de CTV—et je ne sais pas si c'est le cas—ce n'était pas une mauvaise idée.

Le président: Acceptez-vous l'argument voulant que la commercialisation, la pression du marché, conduisent au secret?

M. Amber: Non.

Le président: Vous n'êtes pas d'accord?

M. Amber: Qu'il y ait des annonces publicitaires ou non, dès l'instant où certaines données commerciales deviennent publiques, même si vous êtes la seule personne aux alentours, les gens avec qui vous traitez pourraient utiliser ces renseignements. Je pense qu'il y a un certain nombre d'éléments commerciaux qu'il faut garder confidentiels; ils sont toutefois peu nombreux comparés à toute l'administration, la production, les relations de travail, etc.

En tant que syndicaliste, j'aimerais beaucoup savoir combien la SRC paient ses avocats pour nous traîner en arbitrage par tous les moyens possibles. Vous n'avez pas besoin de le savoir, mais j'aimerais beaucoup savoir à combien se montent les honoraires.

Le président: À condition, bien entendu, que vous disiez ce que vous payez vous-même.

Est-ce que cela répond à vos questions, monsieur Hanrahan, ou en avez-vous d'autres?

M. Hanrahan: Non, cela me suffit. Si d'autres ont des questions à poser, je leur cède volontiers le temps qu'il me reste.

Le président: On va probablement nous appeler, et nous avons suffisamment abusé de votre gentillesse.

Le pense pouvoir dire, au nom de tous ceux ici présents, que cette après-midi a été très intéressante et très stimulante. Il y a un avantage, et j'en reviens à ce que disait M^me^ Tremblay, à rassembler les gens qui peuvent aborder le même problème dans la même optique mais sous des angles différents. Je pense que nous avons eu cet après-midi un bon exemple de travail constructif avec un groupe de témoins.

Je suis désolé que nous n'ayons pas autant de temps que nous le souhaiterions, mais nous en avons eu pour notre argent—et vous aussi j'espère. Merci infiniment.

La séance est levée.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid Port payé
Lettermail Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From "Le Syndicat des journalistes de Radio–Canada":

Gilles Provost, President;

Pierre Stea, Director.

From the Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA):

Alexander Crawley, President.

From "l'Union des Artistes":

Serge Turgeon, President;

Serge Demers, Executive Director;

Lucie Beauchemin, Director of Communications.

From the Canadian Media Guild:

Arnold Amber, Vice–President, Executive producer of TV news specials;

Hal Doran, Producer of CBO Ottawa "All in a Day".

TÉMOINS

Du Syndicat des journalistes de Radio–Canada:

Gilles Provost, président;

Pierre Stea, directeur.

De l'Alliance des artistes canadiens de cinéma, de la télévision et de la radio:

Alexander Crawley, président.

De l'Union des Artistes:

Serge Turgeon, président;

Serge Demers, directeur général;

Lucie Beauchemin, directrice des communications.

De «Canadian Media Guild»:

Arnold Amber, vice–président, Producteur délégué de bulletins spéciaux télévisés;

Hal Doran, producteur de «All in a Day»—CBO Ottawa.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

CA1
XC68
-C13

Publications

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 41

Thursday, November 3, 1994

Chair: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 41

Le jeudi 3 novembre 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of the Canadian Broadcasting Corporation

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la Société Radio–Canada

---

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

LIBRARY
DEC
University of Toronto

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chair: John Godfrey

Vice–Chairs: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Associate Members

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidents: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakvillle—Milton)
Jan Brown (Calgary–Sud–Est)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Membres associés

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

THURSDAY, NOVEMBER 3, 1994
(48)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 9:08 o'clock a.m. this day, in Room 253–D, Centre Block, the Chair, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Bonnie Brown, Jan Brown, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Acting Members present: Ronald Duhamel for John Cannis.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: From the Association of Canadian Advertisers Inc.: Adrian Sark, Chairman; Joan Curran, Vice–President, Marketing. *From the «Conseil des directeurs médias du Québec»:* Jocelyne Laverdure, President; François Vary, Board member.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee resumed its study of the Canadian Broadcasting Corporation (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Thursday, September 22, 1994, Issue No. 26*).

Adrian Sark made an opening statement, and with the other witness from the Association of Canadian Advertisers, answered questions.

At 10:13 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 11:20 o'clock a.m., the sitting resumed.

Jocelyne Laverdure made an opening statement, and with the other witness from «Le Conseil des directeurs médias du Québec», answered questions.

At 12:01 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE JEUDI 3 NOVEMBRE 1994
(48)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit aujourd'hui à 9 h 08, dans la salle 253–D de l'édifice du Centre, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Bonnie Brown, Jan Brown, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Membre suppléant présent: Ronald Duhamel remplace John Cannis.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter, et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: De l'Association canadienne des annonceurs incorporée: Adrian Sark, présidente; Joan Curran, vice–présidente, Marketing. *Du Conseil des directeurs médias du Québec:* Jocelyne Laverdure, présidente; François Vary, membre du conseil d'administration.

Conformément au mandat qui lui est conféré en vertu du paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité poursuit son étude de la Société Radio–Canada (*voir Procès–verbaux et Témoignages du jeudi 22 septembre 1994, fascicule nº 26*).

Adrian Sark présente un exposé et, avec l'autre témoin de l'Association canadienne des annonceurs incorporée, répond aux questions.

À 10 h 13, la séance est suspendue.

À 11 h 20, la séance reprend.

Jocelyne Laverdure présente un exposé et, avec l'autre témoin du Conseil des directeurs médias du Québec, répond aux questions.

À 12 h 01, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Thursday, November 3, 1994

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le jeudi 3 novembre 1994

• 0905

The Chair: Order, please.

Ladies and gentlemen, today we are going to be considering the whole question of advertising. It falls most appropriately after our meeting yesterday. We may also be interrupted by a vote—I think it is almost certain—so we will try to give fair and just treatment to our first visitors.

We will treat the vote as an extended coffee break and then we will return for our second visitors. I think that's probably the best way to proceed. It looks like we know what we're doing when we do that.

We have today, from the Association of Canadian Advertisers, their chairman, Adrian Sark; and Joan Curran, the vice–president of marketing.

Welcome to you both. We are delighted you are here. The subject of advertising is very much part of our mandate. We would invite you to address us for 10 minutes and then we'll move along to questions.

Mr. Adrian Sark (Chairman, Association of Canadian Advertisers Incorporated): Thank you very much, John.

The Association of Canadian Advertisers has been in business for some 80 years representing the interests of Canadian advertisers and our members place the majority of advertising in Canada.

Two of our primary areas of interest are access to the media and the promotion of responsible advertising. We have all kinds of members from manufacturing to retail to government. Advertising, in its various forms in Canada, represents a $10 billion investment in the Canadian economy.

Our overall position on the subject of the CBC is one of support, not necessarily castigation. We really do believe, and we'll show you some numbers to support it, that the CBC can fulfil an important role not just for advertisers but, more importantly, for Canadians in general.

The ACA believes that the CBC has the ability to produce high–quality Canadian programming in which advertisers will want to participate. If Canadians demonstrate that they want to watch the CBC's effort, the advertisers will want to participate.

Le président: La séance est ouverte.

Mesdames et messieurs, nous allons examiner aujourd'hui la question de la publicité, ce qui est tout à fait à propos après notre réunion d'hier. Il est possible que nous soyons interrompus par un vote—c'est pratiquement certain—de sorte que nous essayerons d'être justes envers nos premiers témoins.

Nous considérerons le vote comme une pause–café prolongée et nous reviendrons entendre notre deuxième groupe de témoins. C'est sans doute la meilleure façon de procéder. Ainsi, nous savons où nous en sommes.

Nos premiers témoins aujourd'hui représentent l'Association canadienne des annonceurs; il s'agit du président, Adrian Sark, et de Joan Curran, vice–présidente, marketing.

Soyez les bienvenus. Nous sommes très heureux de vous recevoir car le sujet de la publicité fait partie intégrante de notre mandat. Nous vous invitons à faire un exposé d'une dizaine de minutes après quoi nous passerons aux questions.

M. Adrian Sark (président, Association canadienne des annonceurs incorporée): Merci beaucoup, John.

L'Association canadienne des annonceurs a été créée il y a environ 80 ans pour représenter les intérêts des annonceurs canadiens, et nos membres placent la majorité des annonces publicitaires au Canada.

Nous nous intéressons essentiellement à deux choses: l'accès aux médias et la promotion d'une publicité responsable. Nos membres représentent un vaste éventail de secteurs, depuis l'industrie manufacturière jusqu'au commerce de détail en passant par le gouvernement. La publicité, sous ses diverses formes au Canada, représente un investissement de 10 milliards de dollars dans l'économie canadienne.

En général, nous appuyons la SRC au lieu de nécessairement la critiquer. Nous sommes fermement convaincus, et nous vous citerons certaines données à l'appui, que la SRC peut jouer un rôle important non seulement pour les annonceurs mais surtout pour l'ensemble des Canadiens.

L'ACA estime que la SRC est en mesure de produire une programmation canadienne de qualité à laquelle voudront participer les annonceurs. Si les Canadiens prouvent qu'ils veulent s'intéresser à la programmation de la SRC, les annonceurs voudront y prendre part.

• 0910

It is unacceptable for the CBC to cut advertising from its budget. Advertisers today require more—not fewer—avenues in which advertise. Consumers are becoming more sophisticated in terms of their buying behaviour and their viewing habits. Advertisers are going to need more and more mechanisms to reach their potential customers.

Il est inadmissible que la SRC envisage de réduire ses recettes publicitaires. À l'heure actuelle, les annonceurs ont besoin d'avoir accès à un plus grand nombre de possibilités, et non de voir celles–ci réduites. Les consommateurs deviennent plus exigeants, en tant qu'acheteurs et que téléspectateurs. Les annonceurs auront besoin de plus en plus de mécanismes pour atteindre leur clientèle éventuelle.

[*Texte*]

We believe that the CBC is understating the potential for Canadian content to attract advertising. We would argue that if it was properly managed, the CBC could get a larger share of the Canadian advertising dollar and reduce its reliance on public spending.

There are some parts of the guidance document that deal with a review of the role of the CBC that give us some pause in terms of the views of the present CBC management:

> . . .a reduced obligation to deliver audiences to advertisers could allow the Corporation more flexibility to produce distinctive Canadian programming that is freer from commercial considerations.
>
> . . .audience share has never been. . .an entirely satisfactory measure of the Corporation's worth because this is a commercial measurement.

They want to assess the feasibility of a range of alternative revenue–generating mechanisms that could lead to a reduction of the corporation's dependence on advertising revenues. Those mechanisms would require a real willingness on the part of the private and public sectors to make concessions.

It is the ACA's position that those views and those quotes do not represent the real Canadian marketplace. They do not depict a complete understanding of the present–day Canadian consumer.

Joan Curran, who's with me, has some numbers to share with you on the research side to show you that this isn't just the opinion of the board of directors or of ACA management, but of our membership itself.

Ms Joan Curran (Vice–President, Marketing, Association of Canadian Advertisers): Thank you, Adrian.

The ACA, through Goldfarb Consultants, completed a study of the views of our association's membership in relation to the CBC. We sent a questionnaire to all our members. A copy of that is attached to the complete findings. I'd like to highlight some of the key points that came out of the results.

The CBC is fulfilling its current mandate either very well or somewhat well according to 72% of the ACA members surveyed. The CBC is not too well or not well at all positioned to compete in the approaching mega–channel universe according to 76% of the ACA membership surveyed. Of our members surveyed, 84% do not support the CBC's move away from advertising messages within its programming. However, 92% of the ACA members surveyed believe that neither increased government funding nor passing the cost of the CBC on to the consumers by increasing television cable rates is the answer to the corporation's problems.

Mr. Sark: We have four points that come out of all of this that we'd like to put in front of the committee. First, advertisers do support the idea of a distinctive CBC. They'd like to participate in developing a workable solution to the CBC's concerns.

[*Traduction*]

À notre avis, la SRC sous–estime le potentiel qu'offre le contenu canadien pour attirer la publicité. Nous soutenons que si elle était bien gérée, la Société Radio–Canada pourrait accaparer une plus grande part du marché canadien de la publicité et dépendre moins des deniers publics.

Certaines parties du document d'orientation qui porte sur l'examen du rôle de la SRC nous donnent à réfléchir quant aux opinions des gestionnaires actuels de la Société:

> . . .libérée de son obligation de fournir un auditoire à ses annonceurs, la Société disposerait de plus de latitude pour produire des émissions typiquement canadiennes moins tributaires de considérations commerciales.
>
> . . .la part de l'auditoire n'a jamais fourni, en soi, une évaluation entièrement satisfaisante de la Société parce qu'il s'agit là d'une mesure commerciale.

Le gouvernement veut évaluer la faisabilité d'autres mécanismes de financement qui permettront à la Société de moins dépendre des recettes publicitaires. Ces mécanismes exigeront que le secteur privé et le secteur public soient prêts à faire des concessions.

De l'avis de l'association, ces opinions et ces citations ne reflètent pas véritablement le marché canadien. Elles ne présentent pas sous son vrai jour le consommateur canadien actuel.

Joan Curran, qui m'accompagne, voudrait vous fournir certaines données découlant des recherches et qui prouvent que ce n'est pas simplement l'opinion du conseil d'administration ou des gestionnaires de l'ACA, mais que cela correspond à la position de tous nos membres.

Mme Joan Curran (vice–présidente, Marketing, Association canadienne des annonceurs): Merci, Adrian.

L'ACA, par l'entremise de Goldfarb Consultants, a sondé l'opinion des membres de l'association relativement à la SRC. Nous avons envoyé un questionnaire à tous nos membres. Vous en trouverez un exemplaire joint aux conclusions de l'étude. J'aimerais souligner certains points essentiels qui ressortent des résultats de cette étude.

La SRC assume son mandat actuel très bien ou assez bien, selon 72 p. 100 des membres de l'association ayant participé à l'enquête. Selon 76 p. 100 d'entre eux, la SRC n'est pas très bien placée ou pas bien placée du tout pour soutenir la concurrence dans le nouvel environnement multicanal. En outre, 84 p. 100 des répondants n'appuient pas le projet de la SRC de ne plus faire passer de messages publicitaires pendant ses émissions. Toutefois, 92 p. 100 d'entre eux estiment que ni l'augmentation des crédits parlementaires ni le fait de répercuter les dépenses sur les consommateurs grâce à une hausse des tarifs d'adhésion à la câblodistribution, ne constituent la réponse aux problèmes de la Société.

M. Sark: À partir de ces résultats, nous avons fait quatre constats dont nous aimerions vous faire part. Tout d'abord, les annonceurs appuient l'idée d'une Société Radio–Canada ayant ses propres caractéristiques. Ils souhaitent participer à l'élaboration d'une solution durable aux problèmes de la Société.

[*Text*]

Advertisers reject the view that the CBC should not try to attract audience. This wouldn't be evidence of an effective public policy, let alone a basis for attracting advertising. We do believe Canadian content can attract sizeable audiences and may represent a viable, distinctive strategy in the multi–channel universe.

If one major source of advertising revenue disappears, we would be concerned about the implications of reduced competition in the Canadian broadcast marketplace, the impact this would have on the cost of advertising to Canadians, and consequently the prices paid by Canadian consumers for goods and services they choose to purchase. Advertising, and audience measure as well, will provide the discipline by which the CBC performance can be assessed. At the same time, it will avoid an additional burden on the Canadian taxpayer.

That's our presentation.

The Chair: First, the committee would like to give you a prize for one of the most succinct, brief and well–put–together presentations. I think you actually established a world record here. We're delighted.

[*Translation*]

Les annonceurs rejettent l'idée que la SRC ne doit pas essayer d'attirer l'auditoire. Cela ne témoignerait pas d'une politique publique efficace, et qui plus est, cela ferait fuir les annonceurs. Nous estimons que le contenu canadien peut attirer un auditoire de taille et représenter une stratégie distincte viable dans l'environnement multicanal.

Si l'une des principales sources de recettes commerciales disparaît, nous nous inquiéterions des répercussions d'une éventuelle diminution de la concurrence sur le marché canadien de la radiodiffusion, outre l'incidence que cela aurait sur le coût de la publicité pour les Canadiens, et donc sur les prix que les consommateurs canadiens paient les biens et services qu'ils choisissent d'acheter. La publicité ainsi que la cote d'écoute serviront de mesure pour évaluer le rendement de la SRC. Parallèlement, cela évitera un fardeau supplémentaire pour le contribuable canadien.

Voilà qui conclut notre exposé.

Le président: Tout d'abord, le comité aimerait vous remettre un prix car vous venez de présenter l'exposé le plus succinct, le plus bref et le mieux conçu qu'il lui ait été donné d'entendre. Je pense que vous avez vraiment battu un record. Nous sommes ravis.

• 0915

Mr. Sark: Thank you.

The Chair: Our normal custom is to start with the Bloc, then move to Reform, then to this side and then backwards and forwards.

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Je vous remercie, madame et monsieur, pour votre présentation.

Si jamais Radio–Canada abandonnait la publicité, croyez–vous que la publicité serait automatiquement transférée aux réseaux privés? Pensez–vous aussi que cela ferait augmenter le prix de la publicité et que, par le fait même, vous auriez de la difficulté à annoncer?

Mr. Sark: May I reply in English?

Mrs. Tremblay: Yes.

Mr. Sark: I understand the French, but—

Mrs. Tremblay: It doesn't make any problem.

Mr. Sark: Advertisers buy programming in terms of reaching audiences. To the extent that programming alternatives exist for reaching the audience that is delivered by CBC's current programming, the dollars will likely move. To be able to say automatically that all the dollars will move is very much more difficult.

The point I'm trying to make here is that advertisers are buying programs that reach audiences. If in fact the competition—such as it is—can deliver programs that in turn deliver the audience that was being given to advertisers by the CBC, the dollars will likely move. You're absolutely right.

But it will not be automatic, in terms of the $300 million the CBC currently takes in terms of advertising, to move simply because advertising budgets are fixed.

M. Sark: Merci.

Le président: L'usage veut que nous commencions par les députés du Bloc, puis nous passons à ceux du Parti réformiste, pour finir avec les Libéraux, et ensuite on recommence.

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Thank you, madam and sir, for your presentation.

If the CBC ever was to give up all advertising, do you think that it would automatically go to private networks? Do you also believe that that would increase the price of advertising and that in so doing it would be hard for you to advertise?

M. Sark: Puis–je répondre en anglais?

Mme Tremblay: Oui.

M. Sark: Je comprends le français, mais. . .

Mme Tremblay: Aucun problème.

M. Sark: Les annonceurs achètent des émissions pour atteindre les auditoires. Dans la mesure où ils ont d'autres moyens pour atteindre l'auditoire actuellement touché grâce à la programmation actuelle de la SRC, il est probable que ce transfert aura lieu. Il est beaucoup plus difficile d'affirmer que toute la publicité sera transférée automatiquement.

Ce que je veux dire, c'est que les annonceurs achètent des émissions qui atteignent l'auditoire. Si, en fait, la concurrence—sous sa forme actuelle—peut offrir des émissions qui, elles, garantissent un auditoire que la SRC mettait à la disposition des annonceurs, les recettes découlant de la publicité seront probablement transférées. Vous avez tout à fait raison.

Mais ce ne sera pas automatique; les 300 millions de dollars que la SRC touche actuellement de la publicité ne seront pas tout simplement transférés car les budgets publicitaires sont déjà établis.

[*Texte*]

Does that answer your question?

Mme Tremblay: On voit maintenant que certaines émissions sont commanditées. N'y a–t–il pas danger pour le consommateur que celui qui annonce veuille éventuellement influencer le contenu?

Mr. Sark: I guess I'm a little confused. Influence the content of programming?

Mme Tremblay: Supposons qu'un téléroman est commandité par Provigo. Dans cette émission, on véhicule des valeurs que le conseil d'administration de Provigo n'aime pas. Par exemple, on fait la promotion de l'avortement, de l'euthanasie ou de l'homosexualité, et les gens du conseil d'administration ne sont pas d'accord sur cela. Ou bien ils menacent Radio–Canada de retirer leur publicité, ou bien ils lui demandent de changer le scénario.

N'y a–t–il pas un danger à partir du moment où l'émission est commanditée par. . .?

Mr. Sark: About all I can tell you is that our advertisers certainly do not want any publicity for their corporations in terms of influencing any network's editorial policy. Advertisers put their dollars where the audiences are, because they have to reach those consumers. To the extent that consumers watch the programming, that's where the dollars go.

Mme Tremblay: Vous avez dit quelque part dans votre texte: Pourquoi la publicité serait–elle un meilleur indice de la qualité d'une émission que les cotes d'écoute? Vous semblez faire une corrélation entre les deux.

• 0920

Mr. Sark: The assumption is that the quality of programming is measured by the number of people who want to watch it. When we look at the public policy in the CBC's mandate, our assumption is that indeed the people who drafted that mandate wanted people to watch Canadian content for the purpose of nation–building.

As it goes where the audience is, advertising represents a discipline to the broadcast medium to deliver audience.

Does that help you?

Mrs. Tremblay: Yes.

Est–ce que la publicité en anglais coûte plus cher que la publicité en français? Si oui, pourquoi?

M. Sark: Est–ce que cela coûte plus cher?

Let's put it this way: the market will bear costs that are in line—and I'm sorry to sound like a broken record—with the audience that is delivered. Quite clearly, in areas where there are language barriers, the local media have an advantage; i.e., if you want to reach French–speaking consumers, you must go with French–language broadcasting, for example. But in general the cost per thousand of programs in French and English—in terms of audience delivery—are in line.

Mme Tremblay: Si je comprends bien, vous établissez les tarifs de la publicité en fonction d'une clientèle potentielle et non en fonction des cotes d'écoute.

[*Traduction*]

Cela répond–il à votre question?

Mrs. Tremblay: We now see that some programs are sponsored. Is there any danger for the consumer that advertisers try eventually to influence the content of programming?

M. Sark: Je ne comprends pas bien. Influencer le contenu des émissions?

Mrs. Tremblay: Let's assume that a soap opera is sponsored by Provigo. That program reflects some values that the board of Provigo does not share. For instance, abortion, euthanasia or homosexuality are being promoted and members of the board do not agree on those issues. Either they threaten the CBC to withdraw their advertising or they ask them to change the scenario.

Is there not a danger if and when the programming is being sponsored by. . .?

M. Sark: Tout ce que je peux vous dire, c'est que nos annonceurs ne veulent pas que les sociétés qu'ils représentent soient connues parce qu'elles essaient d'influencer la politique d'un réseau en matière de programmation. Les annonceurs investissent là où se trouvent les auditoires, car ils veulent atteindre cette clientèle. Dans la mesure où les consommateurs regardent telle ou telle émission, c'est là que les annonceurs investissent.

Mrs. Tremblay: In your presentation, you asked why would advertising be a better indicator of the quality of programming than ratings as such? You seem to be relating the two.

M. Sark: On part du principe que la qualité d'une émission se mesure en fonction du nombre de personnes qui veulent la voir. Lorsqu'on considère l'élément politique publique du mandat de la SRC, nous partons du principe que les rédacteurs de ce mandat voulaient que les Canadiens voient des émissions à contenu canadien pour favoriser l'édification de la nation.

Dans la mesure où elle est là où se trouve l'auditoire, la publicité oblige le radiodiffuseur à fournir un auditoire.

Cette réponse vous est–elle utile?

Mme Tremblay: Oui.

Does advertising in English cost more than in French? If so, why?

Mr. Sark: Does it cost more?

Disons que le marché supportera un coût qui est compatible—et je regrette de donner l'impression de me répéter—avec l'auditoire fourni. De toute évidence, dans les régions où il y a des obstacles d'ordre linguistique, les médias locaux ont un avantage; c'est–à–dire que, si l'on veut toucher des consommateurs francophones, il faut faire passer les messages publicitaires aux réseaux français. En général, toutefois, le coût des émissions en français et en anglais, calculé par 1 000 téléspectateurs—pour ce qui est de l'auditoire fourni—est compatible.

Mrs. Tremblay: If I understand you well, you said adverstising rates are set on the basis of a potential audience and not on the basis of ratings.

[*Text*]

M. Sark: C'est cela.

On the basis—

Mme Tremblay: Si vous regardez les tableaux de cotes d'écoute, vous voyez qu'avec la publicité à Radio–Canada, chez les anglophones, vous n'atteignez pas pratiquement pas Toronto. Les grands centres, vous ne les atteignez pas. Vous atteignez beaucoup plus les campagnes, les zones rurales. Chez les francophones, vous atteignez tout le monde.

Mr. Sark: Everybody, every media cost, every commercial cost that you see on a price list from any network is always translated by media buyers in terms of the cost per thousand or the cost of reaching consumers. Clearly that's the market force that dictates the prices.

Mme Tremblay: Merci.

The Chair: Can I just follow up for the sake of clarity? Generally speaking the overall audience for CBC television in English seems to be about the same in absolute numbers as the overall audience for French television, for Radio-Canada. Does that mean that the amount the CBC can charge for the delivery of each of those audiences is roughly the same since it's the same number of thousand people? Do you follow that?

Mr. Sark: Yes, in theory that's right. The only difficulty they would encounter is where advertisers' business was not evenly distributed between Quebec and the rest of Canada. If an advertiser's business is underdeveloped there, they will be able to attract less of any given advertiser's dollars.

But that's right, on balance the cost per thousand should be in line and the amount of revenue should be in line.

The Chair: But the actual revenues of the CBC seem to be at two to one. In other words, it's $200 million of revenue for the English network and $100 million for the French. How is that explained?

Mr. Sark: That's an excellent question.

The Chair: We'll ask the next people who come in too.

Mr. Sark: I think you've latched onto an interesting question. One of our thoughts as we went through the material we had from the CBC was that it would be very interesting to be able to break out the French and English profit–and–loss statements, if you like, and we couldn't see that from our view. But we don't know.

The Chair: Well, if any further thoughts occur to you, get back to us.

Mr. Sark: Absolutely.

Mme Tremblay: Quand vous parlez de CBC dans votre texte, voulez–vous dire CBC et Radio–Canada ou seulement CBC?

• 0925

Mr. Sark: Clearly we are only addressing ourselves to the part of the CBC that accepts advertising.

[*Translation*]

Mr. Sark: That is correct.

En fonction. . .

Mrs. Tremblay: If you look at rating tables, you see that with advertising placed through the CBC, for the English–speaking population, you reach a very small audience in Toronto. You do not reach major centers. You reach more of rural areas. Of the French–speaking population, you are reaching everyone.

M. Sark: Toutes les dépenses commerciales, toutes les dépenses publicitaires figurant sur une liste de prix d'un réseau sont toujours exprimées par les acheteurs de médias en fonction du coût par mille, ou de ce qu'il en coûte pour atteindre les consommateurs. Les prix sont manifestement fixés par les forces du marché.

Mrs. Tremblay: Thank you.

Le président: Puis–je poser une question à ce sujet pour obtenir un éclaircissement? En général, il semble y avoir autant de téléspectateurs qui suivent les émissions de la CBC, en chiffres absolus, qu'il y en a pour regarder la télévision en français, soit Radio–Canada. Est–ce à dire que le prix que la SRC peut exiger pour fournir ces auditoires aux annonceurs est plus ou moins le même puisqu'il y a le même nombre de téléspectateurs? Est–ce que vous me suivez?

M. Sark: Oui, c'est exact en théorie. Le seul problème qui se poserait, c'est lorsque les activités des annonceurs ne sont pas également réparties entre le Québec et le reste du Canada. Si les activités d'un annonceur tournent au ralenti dans une région donnée, il sera plus difficile à la Société d'attirer les recettes d'une annonceur donné.

Toutefois, il est exact que, dans l'ensemble, le coût par mille téléspectateurs devrait être identique et que les recettes commerciales devraient l'être également.

Le président: Pourtant, les recettes publicitaires de la SRC proviennent pour les deux tiers du réseau anglais et pour un tiers du réseau français. Autrement dit, cela représente 200 millions de dollars de recettes pour le réseau anglais et 100 millions pour le réseau français. Comment expliquez–vous cette différence?

M. Sark: C'est une excellente question.

Le président: Nous la poserons aux prochains témoins également.

M. Sark: Vous soulevez là une question très intéressante. En examinant toute la documentation reçue de la SRC, nous nous sommes dits qu'il serait très intéressant de pouvoir faire une ventilation entre les états des profits et pertes des réseaux français et anglais, si vous voulez, car cette distinction est difficile à faire sous notre angle. Toutefois, nous n'en savons rien.

Le président: Si vous avez d'autres idées sur ce point, n'hésitez pas à nous en faire part.

M. Sark: Je n'y manquerai pas.

Mrs. Tremblay: When you refer to the CBC in your presentation, do you mean both the CBC and Radio–Canada or only the English network?

M. Sark: Il va sans dire que nous ne parlons que du secteur de la SRC qui accepte la publicité.

[*Texte*]

The Chair: But the distinction between—

Mr. Sark: But no distinction between French or English.

Mrs. Tremblay: Okay, *merci. Parfait.*

The Chair: Madam Brown.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Thank you, Mr. Chairman. Mr. Hanrahan and I are going to split our time as usual.

Good morning once again.

Mr. Sark: Good morning.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): It's very nice to have you with us this morning.

I'm interested in the model in Quebec. I didn't realize this actually until these hearings had started, but commercials during children's television are banned in Quebec. I didn't know that until that was explained to us a couple of weeks ago.

I'm interested in this model. I'd like to know, in your opinion, if this ban on commercials during those particular time slots has had an impact on the number, the quality or the positioning of such programs. This is just insofar as the model is concerned, not necessarily that it's children's television but insofar as there are no commercials attached to this particular program set.

So we're looking at impact on the number, the quality and the positioning of programs in a model like that.

Mr. Sark: Well, I'll give you a pass answer. Then you're going to have to talk to the experts, because I'm not sure I'm necessarily an expert.

As I understand it, the regulations in Quebec prohibit advertising to children in programs that have sizeable child audiences. So it doesn't necessarily mean children's programming does not carry advertising, if that's where you were going.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I'm interested in the model—more or less—of no commercials for programming and how, in your view, that would affect those particular issues I mentioned: the number, the quality and the positioning. We're really trying to find a way to provide support to the CBC where it's absolutely necessary and, if it's at all possible, to help to restructure those parts of the CBC through the private sector. This is where I'm coming from in the pursuit of this particular question.

Is it possible in the restructuring to look at a model such as that? How would it ultimately affect the CBC?

Mr. Sark: It's an interesting question. The Quebec model is an interesting one in the sense that you have a market that creates an awful lot of local and specialized content, somehow in defiance of the numbers. Much of the way they do that is to seek private sources for investment in production.

[*Traduction*]

Le président: Toutefois, la distinction entre. . .

M. Sark: Nous ne faisons aucune distinction entre le réseau français et le réseau anglais.

Mme Tremblay: Très bien. Thank you. That's fine.

Le président: Madame Brown.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Merci, monsieur le président. M. Hanrahan et moi allons comme d'habitude partager notre temps de parole.

Rebonjour, madame et monsieur.

M. Sark: Bonjour.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Nous sommes très heureux de vous avoir parmi nous aujourd'hui.

Je m'intéresse au modèle du Québec. Je ne m'en étais pas rendu compte, en fait, avant que ne débutent nos audiences, mais les annonces publicitaires pendant les émissions télévisées pour enfants sont interdites au Québec. Je ne le savais pas jusqu'à ce qu'un témoin nous l'explique il y a environ deux semaines.

Je m'intéresse à ce modèle. J'aimerais savoir si, à votre avis, l'interdiction qui frappe les messages publicitaires pendant ces créneaux en particulier a eu une incidence sur le nombre, la qualité ou l'horaire de ces émissions. Je veux parler du modèle en particulier, pas nécessairement parce qu'il s'agit de télévision pour enfants mais du fait qu'il n'y a pas de messages publicitaires diffusés pendant une série donnée d'émissions.

Nous aimerions savoir si cela a eu des répercussions sur le nombre, la qualité ou l'horaire des émissions, sur le marché du Québec.

M. Sark: Je vais vous donner une réponse toute faite. Il me faudra ensuite m'entretenir avec les spécialistes, car je n'en suis pas un.

D'après mes renseignements, la réglementation en vigueur au Québec interdit la publicité pour enfants dans les émissions qui attirent un important auditoire d'enfants. On ne peut donc pas en déduire qu'il n'y a jamais de publicité pendant les émissions pour enfants, si c'est ce que vous voulez savoir.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je m'intéresse à un modèle—plus ou moins—où il n'y aurait aucun message publicitaire pendant les émissions et j'aimerais savoir comment, à votre avis, cela se répercute sur les trois points que j'ai cités, le nombre, la qualité et l'horaire des émissions. Nous essayons en fait de trouver une façon d'aider la SRC dans les cas où c'est absolument nécessaire et, dans la mesure du possible, de l'aider à restructurer ces secteurs grâce à l'aide du secteur privé. C'est dans cet esprit que je pose cette question.

Lors de la restructuration de la Société, est-il possible d'envisager ce genre de modèle? Quelles répercussions cela aurait-il sur la SRC?

M. Sark: C'est une question intéressante. Le modèle du Québec est digne d'intérêt dans la mesure où il y a un marché qui crée énormément de contenu local et spécialisé, au mépris de tous les chiffres. Pour y parvenir, la Société cherche des sources privées pour investir dans la production.

[*Text*]

Interestingly enough, that's not something that goes on in English Canada. I've never been able to be sure why.

When I was sitting behind the advertiser's desk, I would regularly receive investment proposals from the province of Quebec, from production houses, to defray the cost of production in return for some sponsorship rights, whether they be product placement in the programming or whether they be some promotional tie–in subsequently, or whatever. In some cases even participation in the profits from resale of such programming to other markets was included. It was really quite creative in that regard.

It never really has been part of the model here in English Canada. That might be something you could factor into your thinking.

But in terms of the number and quality of programs, the question before the house fundamentally is, do you put the decision on what should be aired exclusively in the hands of people whose considerations are creative, or do you put that decision in the hands of people who are there to deliver numbers, to deliver audience?

In terms of children's programming, I'm really not expert enough to compare the content of that children's programming to the programming in English Canada or whatever.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): No, that was not really the intent of the question. It was really just to look at the model.

Mr. Sark: It's a very complex question; in terms of the model, it truly is.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Yes, the model indeed is. That's why I wanted to have your input on that for the record.

Mr. Sark: Does some of that help you?

Mrs. Brown (Calgary Southeast): It did. Thank you.

• 0930

Mr. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Thank you for your presentation. I have a couple of quick questions.

In your research findings, you state that 76% of ACA membership surveyed had the perception that CBC is not too well or not well at all positioned to compete in the approaching mega–channel universe. A large part of our mandate is to see the role of CBC. What is the justification for that? What action would you suggest must be taken to position the CBC for this coming situation?

Ms Curran: The key word there is the "perception". Some of the additional comments were that in terms of the future, the CBC is outdated and it's probably naive. There are going to be lots of channels out there. There is going to be narrow–casting. When they talk about the future of the CBC, there doesn't seem to be any discussion of the convergence, whether it's going to be cable, computers or telephones, or whether there are even going to be broadcasters. They develop the mandate and they're carrying that forward without looking at all the technical and different changes that are taking place out there in terms of the options to consumers.

[*Translation*]

Fait intéressant à noter, cela ne se fait pas au Canada anglais. Je n'ai jamais vraiment compris pourquoi.

Lorsque j'étais moi–même annonceur, je recevais régulièrement des propositions d'investissement de la province de Québec, de maisons de production, en vue de participer au coût de production en échange de certains droits de commandite, qu'il s'agisse de placement médias dans la programmation ou de participation à une campagne publicitaire, ou autre. Dans certains cas, on prévoyait même la participation aux bénéfices tirés de la revente de ces émissions à d'autres marchés. À cet égard, les propositions étaient très novatrices.

Cela ne s'est jamais vraiment fait sur le marché du Canada anglais. Vous pourriez peut–être en tenir compte dans vos délibérations.

En ce qui a trait au nombre et à la qualité des émissions, la question à résoudre est fondamentalement la suivante: Doit–on laisser des gens dont les considérations sont créatives décider de ce qui doit passer à la télévision, ou faut–il confier cette décision à ceux dont le rôle est de fournir l'auditoire?

En ce qui concerne les émissions pour enfants, je ne suis pas assez expert en la matière pour comparer le contenu de cette programmation à celle qui est diffusée au Canada anglais ou ailleurs.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Non, ce n'était pas ma question. Je voulais simplement examiner de plus près le modèle.

M. Sark: C'est une question très complexe, lorsqu'on pense à ce modèle.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): En effet, le modèle est très complexe. C'est pourquoi je voulais que vous nous disiez ce que vous en pensez.

M. Sark: Cela répond–il à votre question?

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Oui. Je vous remercie.

M. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Merci de votre exposé. J'ai deux ou trois brèves questions à poser.

Dans vos résultats d'enquête, vous dites que 76 p. 100 des membres de l'Association canadienne des annonceurs qui ont été interrogés avaient l'impression que la SRC n'était pas très bien placée ou pas bien placée du tout pour soutenir la concurrence dans le nouvel environnement multicanal. L'examen du rôle de la SRC constitue l'essentiel de notre mandat. Comment cela s'explique–t–il? Quelle mesure faudrait–il prendre, à votre avis, pour que la SRC soit prête à faire face?

Mme Curran: Le mot clé ici est «impression». Parmi les autres remarques formulées, au sujet de l'avenir, certains ont dit que la SRC est démodée et sans doute trop naïve. Il y aura une multitude de canaux disponibles. Il va falloir jouer serré. Lorsqu'on parle de l'avenir de la SRC, on omet de discuter de la convergence, de la question de savoir si ce sera la câblodistribution, l'informatique ou le téléphone, ou même s'il y aura encore des radiodiffuseurs. On élabore le mandat et on le met en vigueur sans tenir compte de tous les changements techniques qui se produisent et influent sur les choix du consommateur.

[*Texte*]

Mr. Hanrahan: So it's the belief, then, that they're just not prepared or preparing.

Ms Curran: Right. They're not looking at a bigger picture.

Mr. Hanrahan: They're looking to the status quo and maybe to the past rather than to the future.

Mr. Sark: May I offer one other comment? It's also fair to say that the research did not ask the same question of all the broadcasters. Arguably, I think if we were to ask the same question, the comment would be that no broadcaster is particularly well positioned today for the mega–channel universe.

Joan mentioned the fact that there may not even be broadcasting. If all programs could be retrieved on computer files from a menu over telecommunication lines, you wouldn't need to have broadcasting. Perhaps that future is unthinkable for many broadcasters. It's a really tough question that they're wrestling with. I think the answer is that nobody is particularly well positioned currently.

Mr. Hanrahan: You also made the comments, I think, that properly managed the CBC could receive much more advertising. What do you mean by "properly managed"? How would they change?

Mr. Sark: It's a question of the quality of the programming, the consistency of the quality, the degree to which it serves the viewers' needs, the understanding of the viewers, and effective competition for audience. We really believe that can be done with Canadian content. It's been amply demonstrated on many of the Canadian programming initiatives that have been taken in this country that they can attract audience.

There is no reason, in our view as advertisers, for an inability to attract audiences, but we translate the CBC's current position to be that they don't seem to have the faith that content can attract audiences. I can't think of any reason why they don't want to be measured on audience unless they don't think it's workable. We as advertisers believe it is working. It does work, can work, and Canadian programming can be developed to attract audience.

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): Thank you very much for coming. It is very interesting this morning. I will echo what the chairman had to say about the precision and conciseness of your report. It was very enjoyable.

This may appear to be, and it is, a naive question, because I know nothing about advertising, and we're all learning on this committee. If one is able to equate CBC to any other Canadian network—and there aren't a lot of those, as we know—is there some way of equating the advertising rate charged by CBC at 8 p.m. on a Friday evening, for example, and CTV at the same time? Can you equate the respective advertising rates within a particular time slot? If so, how do they compare?

[*Traduction*]

M. Hanrahan: Vos membres ont donc l'impression que la SRC n'est pas prête ou ne se prépare pas.

Mme Curran: C'est exact. Elle n'envisage pas l'avenir à long terme.

M. Hanrahan: Elle envisage de maintenir le statu quo et peut–être même d'en revenir au passé plutôt que de se tourner vers l'avenir.

M. Sark: Puis–je répondre à cette question? Il faut dire en toute justice que la question posée dans le cadre de l'enquête ne portait pas sur les autres radiodiffuseurs. On peut soutenir que si l'on posait la même question au sujet des autres radiodiffuseurs, la réponse serait qu'aucun d'entre eux n'est particulièrement bien placé aujourd'hui pour assurer sa place au milieu de l'environnement multicanal.

Joan a dit qu'il n'y aura peut–être même plus de radiodiffuseurs. Si toutes les émissions pouvaient être récupérées dans des fichiers électroniques à partir d'un menu sur les lignes de télécommunication, la radiodiffusion deviendrait inutile. Cet avenir est peut–être impensable pour bon nombre de radiodiffuseurs. C'est une question très délicate avec laquelle ils se débattent. La réponse est que personne à l'heure actuelle n'est particulièrement prêt à affronter l'avenir.

M. Hanrahan: Vous avez dit également, sauf erreur, que si elle était bien gérée, la SRC pourrait obtenir beaucoup plus de recettes commerciales. Qu'entendez–vous par «bien gérée»? En quoi doit–elle changer?

M. Sark: Il s'agit de la qualité de la programmation, du suivi de la qualité, de la mesure dans laquelle elle répond aux besoins des téléspectateurs, de la compréhension de ces derniers et de savoir livrer concurrence pour attirer l'auditoire. Nous sommes convaincus que cela peut se faire avec le contenu canadien. Il a été prouvé à maintes reprises par de nombreuses initiatives en matière de programmation canadienne entreprises dans notre pays que celle–ci peut intéresser l'auditoire.

À notre avis, en tant qu'annonceurs, nous ne voyons aucune raison pour laquelle la SRC ne serait pas en mesure d'attirer l'auditoire, mais nous expliquons sa situation actuelle par le fait qu'elle n'est pas convaincue que le contenu peut influer sur les téléspectateurs. Je ne vois aucune raison pour laquelle elle refuse d'être évaluée en fonction de la part de l'auditoire, à moins qu'elle pense que cela n'est pas pratique. Nous, annonceurs, sommes d'avis contraire. Cela donne des résultats et on peut très bien produire des émissions canadiennes qui attirent l'auditoire.

M. Gallaway (Sarnia—Lambton): Merci beaucoup de votre présence. La discussion de ce matin est très intéressante. Je vais répéter ce qu'a dit le président au sujet de la précision et de la pertinence de votre exposé que j'ai écouté avec grand plaisir.

Ma question vous semblera peut–être naïve, et elle l'est sans doute, car je ne connais rien en publicité, et tous les membres du comité en apprennent de jour en jour. Si l'on pouvait comparer la SRC à un autre réseau canadien—et comme nous le savons, il n'y en a pas tellement—serait–il possible de comparer les tarifs publicitaires de la SRC à 20 heures un vendredi soir, par exemple, et ceux de CTV à la même heure? Est–il possible de comparer les tarifs publicitaires de plusieurs réseaux à une heure donnée? Et si c'est possible, quel est le résultat?

[*Text*]

Mr. Sark: I go back to the question of how much audience is being delivered. The advertisers are all trying to reduce their cost per thousand. That's called efficiency. To be competitive the CBC, CTV, Global and everybody else in that business has to keep an eye on the amount of audience they expect to deliver. There should be an ability to equate the cost per thousand for any given demographic group.

The absolute audience may be much larger for any given programming, but on a program–to–program comparison, you can always look at the audience numbers that are meant to be delivered there, and at the average cost per thousand. Does that help you?

Mr. Gallaway: Not really. I am not certain I understand, but I'll forge ahead.

You've stated that in your opinion it would be unacceptable for CBC to cut advertising from its budget. At the same time we've heard from CTV, Global and others who would suggest that because CBC does not operate in a transparent fashion and receives a rather large appropriation from the Parliament of Canada, it is artificially intruding into the marketplace. If I am an advertiser and for whatever reason I choose to go with CBC, in some fashion or form the taxpayers of Canada are subsidizing my advertising costs.

Mr. Sark: That is an interesting argument. I don't know. Until one can get behind the numbers, I am not sure that could be proven.

If there is a mixing of the revenue streams, that may be taking place, but all we know as advertisers is what it costs us. As I say, in the final analysis all of the networks are being put under the pressure of the target cost per thousand. Whether or not the CBC is delivering that cost per thousand as efficiently as a private broadcaster I can't say, but the prices they charge in the marketplace are governed by what the advertiser is prepared to pay to reach his audience.

Mr. McKinnon (Brandon—Souris): Thank you for your brevity. I am interested in the findings in your survey. I studied a little statistical material in my university days. I am interested in your control group and whether this data would be any different if you had given it to the general public and not to members of your organization. Has that been done?

Mr. Sark: No.

Mr. McKinnon: So really you are serving your membership only when it comes to CBC and the views expressed there.

Ms Curran: That's right.

Mr. Sark: That's right.

The Chair: How many members would there be?

Mr. Sark: We have 120 members that represent about three–quarters of all advertising expenditures.

Mr. McKinnon: Are the members of your organization, as compared to the general public, sufficiently well informed about CBC and its mandate to deliver an accurate distribution of opinion here?

[*Translation*]

• 0935

M. Sark: Je reviens à la question des auditoires fournis. Tous les annonceurs cherchent à réduire leur coût par mille. C'est une question d'efficacité. Pour être concurrentiels, la SRC, CTV, Global et tous les autres doivent tenir compte en permanence des auditoires qu'ils s'attendent à retenir. Il devrait être possible de comparer le coût par mille auditeurs dans divers groupes démographiques.

L'auditoire absolu est peut–être bien plus important pour un programme donné, mais si l'on compare les programmes entre eux, on peut toujours se référer au nombre des auditeurs qu'on s'attend de toucher et au coût moyen par mille auditeurs. Ai–je bien répondu à votre question?

M. Gallaway: Pas vraiment, je ne suis pas certain d'avoir bien compris, mais je continue.

Vous avez dit que la SRC ne saurait envisager de supprimer la publicité de son budget. En même temps, les représentants de CTV, de Global et d'autres nous ont dit que la SRC s'appropriait une part artificielle du marché puisque cette société ne fonctionne pas d'une façon transparente et reçoit des crédits très importants du Parlement canadien. Supposons que je sois un annonceur et que, pour une raison ou pour une autre, je choisisse la SRC: d'une certaine façon, les contribuables canadiens subventionnent les frais de publicité.

M. Sark: C'est un argument intéressant. Je ne sais pas. En l'absence de chiffres, il serait probablement difficile de le prouver.

Cela se produit peut–être si les sources de revenus sont mélangées, mais en notre qualité d'annonceurs, tout ce que nous savons, c'est ce que cela nous coûte. Comme je l'ai dit, en dernière analyse, tous les réseaux sont sous le joug de cette contrainte qu'est le coût par mille auditeurs. Je ne saurais vous dire si la SRC fournit ce coût par mille avec autant d'efficacité que les radiodiffuseurs privés, mais les tarifs publicitaires sont régis par ce que les annonceurs sont prêts à payer pour avoir accès à leurs auditoires.

M. McKinnon (Brandon—Souris): Merci d'avoir été si bref. Les conclusions de votre sondage m'intéressent particulièrement. Pendant mes études universitaires, j'ai fait un peu de statistique et je m'interroge sur votre groupe–contrôle. Je me demande si ces données seraient différentes si le sondage avait été fait parmi le public en général et non parmi les membres de votre organisation. Avez–vous fait cela?

M. Sark: Non.

M. McKinnon: Autrement dit, en ce qui concerne la SRC, les opinions exprimées ici, ce sont vos membres que vous servez.

Mme Curran: C'est exact.

M. Sark: C'est exact.

Le président: Combien de membres avez–vous?

M. Sark: Nous avons 120 membres qui représentent environ les trois quarts de toutes les dépenses dans le secteur publicitaire.

M. McKinnon: Par rapport à l'ensemble du public, est–ce que les membres de votre organisation connaissent suffisamment la SRC et son mandat pour offrir une opinion vraiment représentative?

[*Texte*]

[*Traduction*]

• 0940

Mr. Sark: Almost. . .I'm not the oracle of Delfi.

The Chair: He's coming after the break.

Mr. Sark: I think the easy answer is that they're going to answer that question as consumers and viewers. Clearly they are operating in the public view and assessment of their own personal views as to what they see and what they know about.

Mr. McKinnon: I was very interested in some of the questions on page 5 as well and the distribution of those areas. What was, if any, the frequency of views according to these opinions here or was there an assessment made?

Mr. Sark: You are talking about dividing up the samples according to these responses?

Mr. McKinnon: Yes.

Mr. Sark: I don't have a frequency distribution for you on that. It is my understanding that these are individual responses provided by the researcher to simply help us understand the kind of open–ended verbatim that they got when they did the interview.

Mr. McKinnon: Last question. Are you and your organization concerned about the potential fragmentation of the audience in the 500 or more channel universe?

Mr. Sark: Sure.

Mr. McKinnon: And do you see that CBC needs to increase its programming policy to maintain its audience share? Is that what I hear you saying?

Mr. Sark: The principle involved is that the people who will survive and attract the most viewers in the 500–channel universe are the people whose viewers understand exactly what it is that they are going to get when they switch to that number.

Mme Gagnon (Québec): Les décisions quant à la publicité se prennent à Toronto. Avez–vous de la difficulté à vendre cela au Québec en termes de marché publicitaire? Est–ce que la centralisation des décisions à Toronto a un impact particulier au Québec?

Mr. Sark: Well, we do have members from Quebec among our advertisers. There are some very substantial advertisers who are headquartered in in the province of Quebec, and we certainly get good feedback from them in terms of their views on the CBC. I'm not sure where you want me to go with that question. Quebec is represented very much in our membership.

Does that help you?

Mme Gagnon: Oui, mais avez–vous de la difficulté à vendre votre publicité au Québec?

Mme Tremblay: Au fond, est–ce qu'il y a des conceptions différentes de la publicité anglophone et de la publicité francophone?

The Chair: I would like to intervene to clarify one thing.

Cette association n'est pas une agence de publicité. Ce sont des clients qui achètent. Ce sont de grandes compagnies. Vous devez plutôt demander aux témoins si leurs clients, ceux qui achètent la publicité, ont de la difficulté à faire des campagnes de publicité au Québec. Je suppose que c'est cela, la question.

M. Sark: Presque. . . Je ne suis pas l'oracle de Delphes.

Le président: C'est notre témoin suivant, après la pause.

M. Sark: Pour simplifier, je vous dirai qu'ils répondent à cette question en leur qualité de consommateurs et de spectateurs. Évidemment, ils travaillent en public et leur réaction est fondée sur leurs opinions personnelles, sur ce qu'ils voient et sur ce qu'ils connaissent.

M. McKinnon: Les questions traitées à la page 5 m'ont particulièrement intéressé, de même que la répartition dans ces secteurs. Quelle a été la fréquence de ces opinions? Est–ce qu'on a essayé de le déterminer?

M. Sark: Vous voulez parler d'un classement des réponses sur la base de cet échantillonnage?

M. McKinnon: Oui.

M. Sark: Je n'ai pas de détails sur la fréquence, mais je crois comprendre que ce sont les réponses de diverses personnes et qu'elles ont été fournies par les chargés de recherche pour nous aider à comprendre les réactions qu'ils ont rencontrées pendant les entrevues.

M. McKinnon: Une dernière question. Est–ce que la fragmentation des auditoires dans cet univers des 500 canaux et plus vous inquiète, vous et votre organisation?

M. Sark: Certainement.

M. McKinnon: Mais pensez–vous que la SRC doit renforcer sa politique de programmation pour conserver sa part de l'auditoire? C'est bien ce que vous dites?

M. Sark: Le principe est le suivant: ceux qui survivront et attireront le plus d'auditeurs dans cet univers de 500 canaux, ce sont les gens qui réussiront à faire comprendre aux auditeurs exactement ce qu'ils verront lorsqu'ils choisiront ce canal.

Mrs. Gagnon (Quebec): The advertising decisions are made in Toronto. Do you have any trouble selling that in Quebec in terms of the advertising market? Does the fact that decisions are centralized in Toronto have a particular impact on Quebec?

M. Sark: Parmi nos annonceurs nous avons des membres du Québec. Les annonceurs très importants ont leur siège social dans la province de Québec et ils ont une réaction positive en ce qui concerne la SRC. Je ne sais pas comment je dois répondre à cette question, mais le Québec occupe une place importante parmi nos membres.

Ma réponse vous est–elle utile?

Mrs. Gagnon: Yes, but do you have trouble selling advertising in Quebec?

Ms Tremblay: Are the concepts different between anglophone and francophone advertising?

Le président: J'aimerais apporter une précision.

This association is not an advertising agency. They are clients who are buying. They are large companies and what you should be asking the witnesses is whether their clients, those who are buying advertising, have any trouble mounting an advertising campaign in Quebec. I imagine that is the question.

[*Text*]

M. Sark: Non, nous n'avons pas de difficulté à faire des campagnes de publicité au Québec.

Le président: C'était la portée de votre question?

Mme Gagnon: Oui, c'était cela. Je me disais qu'ils avaient peut–être du mal à vendre leur concept publicitaire au Québec, à intéresser les gens du Québec à. . .

Le président: Si j'ai bien compris, si les clients ne font pas de publicité au Québec, ils ne peuvent pas vendre leurs produits. Est–ce qu'ils ont de la difficulté à vendre leurs produits?

M. Sark: Non.

Mr. Ianno (Trinity—Spadina): Thank you very much for appearing. I guess one of the questions I had was answered. You don't represent the agencies at all.

Mr. Sark: No.

Mr. Ianno: It's indicated that your representatives are spending $10 million in the advertising market. Is that a limited amount? Would more be available if there were more avenues available?

• 0945

Mr. Sark: To the extent that there is a steadily increasing variety of products and categories available to sell to consumers, there potentially will be more advertising spent to support it.

Mr. Ianno: If the CBC were to no longer allow advertising, would that $300 million be spent with the other networks? Would they just find alternative methods or close it down or. . .?

Mr. Sark: As I was trying, somewhat incoherently, to reply to a similar question earlier, the bottom line is, how can I reach my audience? To the extent that other networks offer programming that allow me to deliver the audience CBC programming is currently delivering, or have reach into areas where CBC broadcasts, the dollars will likely move to other networks.

Mr. Ianno: In other words, if the void is filled by CTV in finding the audience CBC has, then it is an option. If they do not find that CBC audience, you're not going to be spending more money for the same audience share.

Mr. Sark: That's correct.

Mr. Ianno: Let me ask another question. If CBC Radio were to offer advertising, would your advertisers pull the advertising dollars they spend on existing radio stations and then pass it over to CBC Radio? Or would they have additional money for CBC Radio, taking into account that the other networks do not have the audience CBC Radio has?

That question will determine whether we should recommend CBC Radio advertising.

[*Translation*]

Mr. Sark: No, we have no trouble mounting advertising campaigns in Quebec.

The Chairman: This was the meaning of your question?

Mrs. Gagnon: Yes, that was it. I was wondering whether they had any trouble selling their advertising concepts in Quebec, any trouble getting the people in Quebec to. . .

The Chairman: If I have understood you correctly, if the clients do not advertise in Quebec, they cannot sell their products. Do they have trouble selling their products?

Mr. Sark: No.

M. Ianno (Trinity—Spadina): Merci beaucoup d'être venus. Je pense que vous avez déjà répondu à une de mes questions. Vous ne représentez pas du tout les agences de publicité.

M. Sark: Non.

M. Ianno: Je vois ici que vos représentants dépensent 10 millions de dollars dans le marché de la publicité. Est–ce que cette somme est limitée? S'il y avait plus d'options, est–ce qu'il y aurait plus de fonds?

M. Sark: Dans la mesure où la gamme des produits et des types de produits offerts sur le marché continue à augmenter, les budgets de publicité pourraient augmenter en conséquence.

M. Ianno: Si la SRC interdisait dorénavant la publicité sur ses ondes, les 300 millions de dollars qu'elle touche actuellement en recettes publicitaires seraient–ils acheminés vers d'autres réseaux? Les annonceurs se tourneraient–ils tout simplement vers d'autres réseaux ou éliminerait–ils cette part de leur budget de publicité ou encore. . .?

M. Sark: Comme j'ai essayé de le dire, sans trop me faire comprendre, en réponse à une question semblable qui m'a été posée tout à l'heure, la question essentielle que se pose l'annonceur est celle–ci: comment puis–je rejoindre mon auditoire? Dans la mesure où d'autres réseaux offrent une programmation qui lui permet de joindre l'auditoire que la programmation de la SRC joint à l'heure actuelle, ou qui ont un certain attrait pour les auditeurs de la SRC, il est probable qu'il se tournerait vers ces autres réseaux pour assurer la publicité qu'il recherche.

M. Ianno: Autrement dit, si le réseau CTV lui permet de joindre l'auditoire qu'il joignait par l'entremise de la SRC, c'est une possibilité. S'il n'arrive pas à joindre ce même auditoire, il n'augmentera pas les fonds qu'il consacrait à la publicité pour joindre la part d'auditoire qu'il joignait déjà.

M. Sark: C'est juste.

M. Ianno: Permettez–moi de vous poser une autre question. Si la radio de la SRC acceptait les annonces publicitaires, vos annonceurs prendraient–ils une part du budget de publicité qu'ils consacrent à certaines stations de radio pour faire passer des annonces à la radio de la SRC? Ou augmenteraient–ils leur budget de publicité en conséquence, du fait que les autres réseaux ne leur permettent pas de joindre l'auditoire que joint la radio de la SRC?

C'est la réponse à cette question qui déterminera si nous devrions recommander que l'on autorise la publicité sur les ondes de la radio de la SRC.

[*Texte*]

Mr. Sark: Let's put it that way. It's very difficult to know what would happen, on balance. But for any given advertiser, the decision as to where to source the money will come from a variety of places. Does CBC Radio deliver my audience more efficiently than the other radio stations? If the answer is yes, the dollars will move.

Mr. Ianno: When you say move—

Mr. Sark: That's as opposed to increase.

Can I build my business more rapidly with the availability of a greater audience to reach? Certainly there is a lot of audience unduplicated within CBC Radio. The decision may very well be to increase one's advertising budget, presumably because you reach more consumers and you develop more business.

Mr. Ianno: If I can give an example, maybe you can direct your answer more to this. CFRB in Toronto and CBC have good listenership, but I believe—and I don't know the stats—they're different audiences. If that is the case, would your advertisers pull from CFRB and move it toward CBC Radio or would they keep their amount with CFRB and maybe add more of their money toward CBC Radio?

Mr. Sark: Mr. Ianno, if I had the answer to that I'd—

Mr. Ianno: Is it possible to ask your membership and write to us so that we have that information?

Mr. Sark: Yes, I think we could get you an answer on that.

Mr. Ianno: In the ratings when you say cost per 1,000, does your paying membership take also into account not just cost per 1,000 but also what the 1,000 is made up of, meaning demographics, buying power, etc.?

Mr. Sark: Absolutely. Every cost per 1,000 is really stated in terms of demographic group, most often in terms of age, not income.

Mr. Ianno: Would your membership be predisposed, if the relative viewership, the audience, is somewhat the same, if it is an American program versus a Canadian program?

• 0950

Mr. Sark: Quite honestly, I do not believe any of our advertisers feel there is a political reason for selecting programming.

What they may feel, and I believe it's true of many of our American multinationals, is that they do like to be associated with things that are Canadian. Arguably, it might be that they would feel, given the choice, that it would be really neat if they could be associated with Canadian things.

[*Traduction*]

M. Sark: Eh bien, voici. Il est très difficile de savoir ce qui se produirait au bout du compte. Divers facteurs entrent en ligne de compte dans la décision de l'annonceur de financer ses annonces publicitaires à partir de telle ou telle source. La radio de la SRC me permet-elle de joindre mon auditoire de façon plus efficace que les autres stations de radio? Dans l'affirmative, il déplacera les sommes qu'il consacre à la publicité qu'il fait passer sur les ondes de ces autres stations.

M. Ianno: Quand vous parlez de déplacer. . .

M. Sark: Il s'agit, non pas d'augmenter, mais bien de déplacer les sommes consacrées à la publicité.

Puis-je augmenter mon chiffre d'affaires plus rapidement avec ce nouvel auditoire? Car, chose certaine, une bonne part des auditeurs de la radio de la SRC ne peuvent pas être comptés dans l'auditoire des autres stations de radio. L'annonceur pourrait très bien décider d'accroître son budget de publicité à cause de la possibilité qu'il aurait de joindre plus de consommateurs et d'accroître son chiffre d'affaires.

M. Ianno: Si vous me permettez de vous donner un exemple, vous pourriez peut-être me donner une réponse plus précise. À Toronto, la station CFRB et la station de la SRC joignent toutes deux de nombreux auditeurs, mais je crois—et je ne connais pas les chiffres—qu'il s'agit d'auditoires différents. À ce moment-là, vos annonceurs réduiraient-ils la part de publicité qu'ils achètent à la station CFRB pour se tourner vers la station de radio de la SRC ou maintiendraient-ils au même niveau les dépenses publicitaires qu'ils consacrent à la station CFRB et augmenteraient-ils peut-être leur budget de publicité global pour acheter des annonces à la station de radio de la SRC?

M. Sark: Monsieur Ianno, si j'avais la réponse à cette question, je. . .

M. Ianno: Pourriez-vous poser la question à vos membres et nous faire parvenir l'information par écrit?

M. Sark: Oui, je crois que nous pourrions obtenir la réponse que vous cherchez.

M. Ianno: S'agissant des cotes d'écoute, quand vous parlez du coût par tranche de 1 000 auditeurs, vos membres tiennent-ils compte, non seulement du coût par tranche de 1 000 auditeurs, mais de la composition de cet auditoire, sur le plan des données démographiques, du pouvoir d'achat, etc.?

M. Sark: Absolument. Le coût par tranche de 1 000 auditeurs tient compte invariablement de la composition démographique de l'auditeur, laquelle est déterminée le plus souvent en fonction, non pas du revenu, mais de l'âge.

M. Ianno: Vos membres auraient-ils un parti pris particulier pour ce qui est de choisir entre une émission américaine et une émission canadienne si l'auditoire était à peu près le même?

M. Sark: À vrai dire, je ne pense pas que les considérations politiques interviennent dans le choix de nos annonceurs.

Il se peut toutefois—et je crois que c'est le cas de beaucoup des multinationales américaines que nous comptons parmi nos membres—qu'ils aiment bien se donner une image canadienne. Nous avons de bonnes raisons de croire que, s'ils en avaient le choix, ils trouveraient formidable qu'on associe leurs noms à quelque chose de typiquement canadien.

[*Text*]

Mr. Ianno: Would they mind paying a slight premium for that?

Mr. Sark: Absolutely.

The Chair: Thank you. I think we'll toss it over here.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): In your document on page 2, you've made a statement regarding the CBC's performance relative to its mandate, that it is there to provide a service that is predominantly and distinctively Canadian.

The Canadian Media Guild left us with a document in which they discuss and describe advertising in this way:

> Advertising helps bring our Canadian programs to the air without having to ask the Canadian public to contribute more. It allows CBC to bring popular entertainment programming and sports to Canadian homes without viewers having to pay pay–per–view fees.

This is the dilemma we're facing. You talked a little bit earlier in your presentation about turning to the channel and knowing exactly what you were going to get insofar as content is concerned. It seems to me that this is what CBC television should ultimately become. It is distinctive in its own right; if it's CBC it's cultural, it's our heritage. This is the dilemma, I believe, that we're facing here, because the CBC wants to provide popular entertainment, which you can get on hundreds of other different channels out there. So for it to be distinctive and yet still out there competing for advertising dollars, it becomes a question of how to do this.

I'd like you to comment a little bit on this question of how we're going to continue with a huge appropriation as a subsidy, on the one hand, while still having the CBC participate and compete in the private sector. They have their toes on both sides of the beach.

Mr. Sark: I may be overly characterizing the point of view, but it really does sound as though the—you'll excuse the expression—Canadian inferiority complex is coming to the fore with regard to this whole question. It seems to be that distinctive Canadian programming could not attract audience. That seems to be the supposition, that somehow distinctive Canadian programming cannot compete with American or British, or whatever else is available.

It seems to me that at the heart of it is that question. It is a creative challenge, there is no question about that, to make popular, distinctive Canadian programming.

We would argue, by observing the degree to which American programming is characteristically American and the degree to which British programming is characteristically British—and both are popular, both in their countries of origins and internationally—that distinctively Canadian programming can attract audiences and can in fact be measured in terms of the effectiveness of the public policy of getting people to watch them. The CBC has demonstrated this with programming that

[*Translation*]

M. Ianno: Accepteraient–ils de payer une prime pour cela?

M. Sark: Absolument.

Le président: Je vous remercie. Je crois que nous passerons maintenant de ce côté–ci.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): À la page 2 de votre document, vous dites, pour ce qui est de la mesure dans laquelle la SRC s'acquitte de son mandat, qu'elle doit fournir un service de radiodiffusion à caractère distinct et principalement canadien.

Or, dans un document qu'elle nous a remis, la Canadian Media Guild décrit en ces termes le rôle de la publicité:

> La publicité permet d'assurer la diffusion de nos émissions canadiennes sans qu'il soit nécessaire de demander au public canadien une contribution supplémentaire à cette fin. Elle permet à la SRC d'offrir aux téléspectateurs canadiens des émissions de divertissement et des émissions sportives grand public sans leur imposer de droits supplémentaires.

Voici le dilemme auquel nous nous heurtons. Vous avez parlé tout à l'heure pendant votre exposé du téléspectateur qui met son appareil à tel canal et qui sait exactement quels genres d'émissions il peut s'attendre d'y voir. Il me semble que c'est ce à quoi l'on devrait pouvoir s'attendre de la télévision de la SRC. Il devrait s'agir d'un service de radiodiffusion unique en son genre; s'il s'agit de la SRC, il y va de notre culture, de notre patrimoine. Voilà l'origine du dilemme auquel nous nous heurtons, à mon avis, puisque la SRC veut offrir des émissions de divertissement grand public, comme celles qui sont offertes sur des centaines d'autres canaux. Ainsi, il devient difficile de concilier le caractère distinct de la SRC avec les efforts qu'elle déploie pour attirer les annonceurs.

Je voudrais que vous nous parliez un peu de cela, que vous nous disiez comment la SRC peut continuer à recevoir d'énormes crédits parlementaires tout en cherchant à soutenir la concurrence avec ses compétiteurs du secteur privé. C'est comme celui qui a le beurre et qui veut aussi avoir l'argent du beurre.

M. Sark: C'est peut–être une exagération que de dire cela, mais j'ai vraiment l'impression de voir poindre—vous me pardonnerez l'expression—notre complexe d'infériorité comme Canadiens relativement à toute cette question. C'est comme si les émissions à caractère proprement canadien ne peuvent pas intéresser les téléspectateurs. Nous semblons supposer que les émissions à caractère vraiment canadien ne peuvent vraiment pas soutenir la concurrence avec les émissions américaines ou britanniques, ou encore avec les autres émissions offertes aux téléspectateurs.

C'est cette question qui, selon moi, est au coeur du problème. Il est indubitable que notre esprit créatif est mis au défi quand il s'agit de créer des émissions grand public à caractère vraiment canadien.

Nous soutenons, pour avoir constaté à quel point les émissions américaines ont un caractère vraiment américain, tout comme les émissions britanniques ont un caractère vraiment britannique, et que les unes et les autres rejoignent de vastes auditoires, tant dans leur pays d'origine qu'à l'étranger, que des émissions à caractère vraiment canadien peuvent attirer les téléspectateurs et que l'efficacité de la politique gouvernementale peut même être mesurée en fonction de

[*Texte*]

they have been responsible for in this country, some of which is being syndicated internationally, because it has not only appeal to Canadians as Canadian culture but universal appeal in terms of damn good programming. What we have to do is get that more broadly.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): It seems to me it would really be unfortunate if the CBC was somehow lost to Canadians, because this billion–dollar boondoggle—to use the phrase that's floating around out there—is somehow smothering the reality of the creative quality and the creative potential that we have with the CBC. It would be really unfortunate to see that lost. But it is to try to pick our way through all of this to ensure that the actual creative cultural component of Canadiana that can be exported, that can be delivered to Canada on that single station when you do press that channel changer, *voila!*, you have the CBC.

• 0955

It has been a real struggle to come to this place, to recognize that we have a potential to do just that. But how are we going to do that given the current mind–set of the CBC, which I really think is quite. . .they are fearful. We had Mr. Manera here the other day and he gave us a three–hour presentation—very hard work. I got the sense that there was some real hesitancy there, to think that, gee, we really can do this, we have the capacity, but we need this parliamentary appropriation. We can't just quite do it.

The Chair: I hate to interrupt but—

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I am sorry.

The Chair: No, they are very appropriate remarks, but I am just wondering. You may have a comment to make on that, but I know there are a couple of other folk who would like to get into the act, and we are under the bell shortly.

Mr. Sark: We will restrain ourselves in comment, if that is what you would like, Mr. Chairman.

The Chair: Perhaps you have a comment on that last intervention.

Mr. Sark: I want to be polite. Somebody mentioned the term "advertising agencies" awhile ago. Advertising agencies are faced with exactly this dilemma. Most of their product is creative. Most of the people who create it are artists who would rather do it for the sake of art than commercial gain—quite truly. They chafe under the bit of research. They object to analysis of how their communication is working. They want to make a painting. And that is fine. What advertising agencies have to do is balance that creative urge with the reality of paying those people salaries. It is not easy.

In the absence of the Medicis or some patron that can pay for all of that, it is a balancing act that they work very, very hard at. It is probably the same one that's at the CBC.

[*Traduction*]

l'auditoire qu'elles attirent. La SRC en a fait la preuve avec certaines émissions qui ont été produites ici et qui sont revendues à l'étranger parce qu'il s'agit de représentations de la culture canadienne qui non seulement intéressent les Canadiens, mais qui ont une résonance universelle en raison de leur excellence. Il faut donc produire davantage d'émissions de ce genre.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Il serait vraiment malheureux que la SRC finisse par disparaître de l'horizon canadien, du fait que le milliard de dollars que nous y engloutissons nous fasse perdre de vue en quelque sorte la qualité et l'esprit créatifs dont témoignent les émissions de la SRC. Ce serait vraiment très malheureux. Il faut toutefois trouver le moyen de nous assurer que le radiodiffuseur public soit vraiment reconnaissable entre tous, que le téléspectateur qui appuie sur la télécommande pour capter la station de la SRC y trouve vraiment ce qu'il s'attend d'y trouver, à savoir des produits de la créativité culturelle canadienne, ceux–là même qui sont susceptibles d'être exportés.

Ce n'est pas sans effort que nous avons pu en arriver là où nous sommes, que nous avons pu nous rendre compte que le radiodiffuseur public peut effectivement jouer ce rôle. Mais comment pouvons–nous lui faire jouer ce rôle compte tenu du climat de peur qui règne à la SRC? L'autre jour, nous avons eu droit à un exposé de trois heures de M. Manera—un exposé qui représentait de nombreuses heures de travail. J'ai eu l'impression qu'on manquait un peu d'assurance; on se disait: oui, nous pouvons faire ceci et cela, nous avons ce qu'il faut, mais nous avons besoin de ce crédit parlementaire. Sinon, nous n'y arriverons pas.

Le président: J'hésite à vous interrompre, mais. . .

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je suis désolée.

Le président: Non, vos propos sont des plus pertinents, mais je me demande si je ne dois pas intervenir. Vous voudrez peut–être répondre à ce que vient de dire madame, mais je sais qu'il y a deux ou trois autres personnes qui voudraient aussi prendre la parole, et nous entendrons bientôt le timbre.

M. Sark: Nous serons brefs, si c'est ce que voulez, monsieur le président.

Le président: Vous avez peut–être quelque chose à dire en réponse à la dernière intervention.

M. Sark: Je tiens à être poli. Quelqu'un a parlé tout à l'heure des agences de publicité. Les agences de publicité se heurtent elles aussi à ce même dilemne. La créativité est l'ingrédient essentiel du produit qu'elles vendent. Le plus souvent, il est le fait d'artistes pour qui leur art est plus important que le gain commercial—sans blague. La recherche les irrite. Ils n'aiment pas qu'on évalue l'efficacité de leur communication. Pour eux, c'est l'oeuvre artistique qui compte. Et c'est très bien ainsi. Les agences de publicité, elles, doivent concilier ce désir de l'artiste avec la nécessité pratique de lui payer son salaire. Ce n'est pas chose facile.

Nous ne pouvons pas compter sur les Médicis ou sur quelque autre bienfaiteur pour payer tout cela; elles doivent travailler très très fort pour maintenir l'équilibre. Il en est sans doute de même pour la SRC.

[*Text*]

The Chair: Perhaps I can ask two questions. First of all, one of the distinctions the CBC made in its presentation was the way people use radio and the way they use television. The comment was that people listen to radio stations but they watch television programs. In other words, one listens for a certain kind of sound and predictability on a radio station, but people go hunting and surfing and looking for specific programs.

I would be interested to know whether you think that is true. If that's true, how does that affect the way advertisers view the universe? If that is true, then one argument the CBC makes in another part of its presentation seems to me to be less valid. That is, we have to build up huge audience support during the sports programs so they will watch the network through a kind of follow–through process. They will know where it is on the dial so that when they come to look at *The Nature of Things*, the same people who are watching the hockey game will want to watch *The Nature of Things* or Adrienne Clarkson.

That is number one. Is that a fair difference between the two media?

Number two relates to the question of audience and demographics. You say you measure by age. Is it also possible for advertisers to measure by more intangible things, such as how much attention people are paying to a program? So what, if they are physically present? They might be in a complete zomboid state. Who knows? They may be using it as visual wallpaper. Do you get at those kinds of statistics?

Those are two questions for you.

Mr. Sark: Wow! Let's hope I can do this before you go in to vote.

First is in terms of the difference in radio. For a lot of radio I think it is true. I think advertisers would tend to agree that people do listen to stations rather than individual programming, because so much of radio has turned into uninterrupted More Music.

The thing that is different about the CBC and radio, I believe—and I do not know what the numbers say in terms of their program audience because we do not have any advertising so we never see any numbers, but I think their difference is that they do run programs. They run radio like it used to be run, with radio soap operas, interview shows and programs that the consumer can identify.

You couldn't identify anything on CFRB, for example, other than you know a specific commentator. . .when Sinclair was still around with us. So radio doesn't need to be pre–digested and undifferentiated. I think the CBC has demonstrated that it can be different. I would bet that they listen to programs.

The Chair: On the television side, however, do people—

[*Translation*]

Le président: Vous me permettrez peut–être de poser deux questions. Tout d'abord, dans son exposé, la SRC a notamment souligné la distinction qui existe entre l'auditeur de la radio et le téléspectateur. Les gens, nous a–t–on dit, écoutent des stations de radio, mais ils regardent des émissions de télévision. Autrement dit, on écoute une station de radio pour la facture générale et prévisible de ce qu'on y entend, mais, quand il s'agit de la télévision, on cherche des émissions en particulier.

Je voudrais savoir ce que vous pensez du bien–fondé de cette distinction. Si elle existe vraiment, comment se répercute–t–elle sur la vision des choses qu'ont les annonceurs? Si elle existe vraiment, un des arguments qu'invoque la SRC dans une autre partie de son exposé semble perdre de sa validité. La SRC prétend qu'elle doit s'attirer le maximum de téléspectateurs possible grâce à ses émissions sportives pour que ses téléspectateurs lui soient en quelque sorte acquis. Les téléspectateurs qui regardent les matchs de hockey prendront l'habitude de regarder la télévision de la SRC, et ils regarderont des émissions comme «Les beaux dimanches» ou «Sous la couverture».

Première question. S'agit–il là d'une distinction réelle entre les deux médias?

La seconde question concerne l'auditoire et ses caractéristiques démographiques. Vous dites que vous mesurez en fonction de l'âge. Est–ce possible que les annonceurs mesurent également en fonction de facteurs moins tangibles, comme le degré d'intérêt que les téléspectateurs portent à une émission en particulier? Ils sont peut–être effectivement là en train de regarder telle ou telle émission, mais leur esprit est ailleurs complètement. Qui sait? Les images qu'ils voient font peut–être tout simplement partie du décor qui les entoure. Comment peut–on obtenir des données à ce sujet?

Voilà deux question auxquelles je voudrais que vous répondiez.

M. Sark: Quelles questions! J'espère pouvoir y répondre avant que vous ne soyez appelé à aller voter.

Tout d'abord, pour ce qui est de la radio, cette distinction est bien souvent valable. Je crois que les annonceurs seraient plutôt d'accord pour dire que les gens écoutent, non pas des émissions en particulier, mais certaines stations, car le plus souvent la radio est plus ou moins synonyme de Musique Plus.

Si la radio de la SRC se distingue, c'est, je crois—comme nous ne pouvons pas faire de publicité sur ses ondes, nous n'avons pas accès aux chiffres concernant l'auditoire qu'attire la radio de la SRC, mais je crois qu'elle se distingue du fait qu'on y retrouve des émissions distinctes. C'est comme la radio d'autrefois: on y retrouve des téléromans, des entrevues et diverses émissions que les auditeurs peuvent reconnaître.

• 1000

Ainsi, les auditeurs de CFRB ne peuvent rien y reconnaître, si ce n'est peut–être un chroniqueur en particulier. . .quand Sinclair était toujours des nôtres. Il n'est pas nécessaire que la radio ne nous serve que du prédigéré où il est impossible de reconnaître quoi que ce soit. La SRC nous a montré que la radio pouvait être autre chose. Je parie que les auditeurs de la SRC écoutent effectivement des émissions.

Le président: Pour ce qui est de la télévision, les gens. . .

[*Texte*]

Mr. Sark: No.

The Chair: No what?

Mr. Sark: Tune in to the hockey game and stick around because it's *The Nature of Things* and can't be bothered to change the channel? No.

The Chair: They watch programs.

Mr. Sark: They do watch programs, quite clearly. As for advertisers understanding the quality of the audience as well as the numbers, they spend a great deal on research to understand whether it is breaking through the clutter and is getting the viewer's attention and is persuading. We don't have a lot of information on the programming specifically, but through research we measure the advertising that goes into that programming, and we know whether the audience is getting the message.

The Chair: We have two questions from people who have not yet asked them—Mr. Duhamel and Ms Brown.

I'm totally confused as to whether we've actually had our prayers or whether this is the call but—

Mme Tremblay: Ils n'ont pas encore quorum.

Mr. Duhamel (St. Boniface): Thank you for your presentation. The assumption you're making, as I understand it, is that there is a niche for CBC in terms of quality Canadian programming, and if that were to occur there would be significant audience appeal and potential for advertising.

What might you, the people you represent and others do to encourage CBC to do that? Can you say that if you take this on in a serious way we would be prepared to assure you a significant, fair or equitable amount of advertising dollars? Are you that convinced about your basic assumption that you or others might be able to make that commitment?

Mr. Sark: I think the answer to that is yes. I think the best demonstration of that is something in the United States called the soap opera. The soap opera was not developed by the networks because they happened to think about it one day and had a lot of money lying around; it was developed as property in cooperation with advertisers, people who manufactured soaps.

The same thing can happen in this country, I think. Particularly in Quebec, there are examples of joint venture production with advertisers and local production people.

Mr. Duhamel: Second, the data we've examined indicate that the perception of the CBC leaves something to be desired. I've had an opportunity to talk to the workers and to people who view other channels as well, and when you ask them what they think of those particular establishments—it's not a scientific study, I agree—the perceptions are not terribly different.

[*Traduction*]

M. Sark: Non.

Le président: Non quoi?

M. Sark: Continuent-ils, après le match de hockey, à regarder la SRC parce qu'on y présente «Les beaux dimanches» et qu'ils ne veulent pas se donner la peine de changer de canal? Non.

Le président: Ils écoutent des émissions en particulier.

M. Sark: Oui, il est indéniable qu'ils écoutent des émissions. Pour ce qui est des efforts des annonceurs pour tenir compte aussi bien de la qualité des auditeurs que de leur nombre, les annonceurs consacrent beaucoup de leurs travaux de recherche à essayer de déterminer s'ils réussissent effectivement à capter l'attention des téléspectateurs et à les persuader. Nous n'avons pas beaucoup de renseignements sur les émissions en tant que telles, mais les études que nous faisons nous permettent de mesurer les annonces qui accompagnent les émissions et de savoir si le message est reçu des téléspectateurs.

Le président: Il y a deux personnes—M. Duhamel et M^me^ Brown—qui n'ont pas encore pris la parole et qui voudraient vous poser des questions.

Je ne sais pas du tout si la prière a déjà eu lieu ou s'il s'agit de la sonnerie pour nous appeler à voter, mais. . .

Mrs. Tremblay: They don't yet have quorum.

M. Duhamel (Saint-Boniface): Merci pour votre exposé. Si je comprends bien, vous partez du principe qu'il existe un créneau pour la production d'émissions canadiennes de qualité que la SRC pourrait occuper selon vous, auquel cas la SRC attirerait de vastes auditoires et pourrait aussi obtenir d'importantes rentrées publicitaires.

Quelles mesures pourraient être prises par votre association, par vos membres et par d'autres pour encourager la SRC à s'engager dans cette voie? Pourriez-vous dire à la SRC, par exemple, que si elle faisait de sérieux efforts en ce sens, vous seriez prêts à lui assurer une part considérable ou équitable de vos dépenses publicitaires? Êtes-vous à ce point convaincus du bien-fondé de votre hypothèse de départ pour prendre un engagement en ce sens?

M. Sark: Je crois pouvoir répondre à cette question par l'affirmative. Le meilleur exemple que je puisse vous donner à cet égard, c'est ce qu'on appelle le téléroman «roman-savon» si l'on traduit littéralement de l'américain, qui a eu ses origines aux États-Unis. Si les téléromans ont vu le jour, ce n'est pas parce que les réseaux ont décidé un jour qu'ils voulaient investir dans ce genre d'émissions; il s'agit plutôt de productions qui ont été réalisées en collaboration avec les annonceurs, qui étaient des fabricants de savon.

La même chose pourrait très bien se produire au Canada, il me semble. Il existe notamment des coproductions de ce genre au Québec, auxquelles collaborent les annonceurs et les responsables de la production locale.

M. Duhamel: Deuxièmement, d'après les données qui nous ont été soumises, il semble que l'image que l'on se fait de la SRC laisse quelque peu à désirer. J'ai eu l'occasion d'en discuter avec les travailleurs et ceux qui regardent les émissions diffusées par d'autres réseaux; quand on leur demande ce qu'ils pensent de ces autres réseaux—les résultats ne sont pas très scientifiques, j'en conviens—la perception qu'ils en ont n'est pas tellement différente.

[*Text*]

Why is it that we hear so much about one and very little about the other? Is it possible that many of these negative perceptions are in fact inaccurate? Here we are, knowing very little about broadcasting, but pontificating on the quality of management and of programming, etc.

Mr. Sark: I don't want to put words in your mouth, but is your question—

Mr. Duhamel: There were two. First, if you were to talk to other people about other channels, would you get similarly negative perceptions?

• 1005

Mr. Sark: Yes.

Mr. Duhamel: Second, is it possible that many of these perceptions are not in fact reality, that they are being communicated by people who don't know a heck of a lot about the whole industry and we somehow take them as fundamental truths and operate from that basis?

Mr. Sark: Yes, I think there are some negative perceptions of other channels. I don't think any vitriol that seems to be being poured on the CBC is reserved for that network alone. Clearly, every customer wants to be treated as though it's special. Everybody will have something to complain about with one of its suppliers, if not more.

So I don't think it is unique. I don't think there is a vendetta out, if perhaps that's where you were going, with the perceptions—

Mr. Duhamel: I would hope not.

The Chair: I am going to have to intervene at this point. We think we have about 15 minutes to get ourselves to the chamber.

J'aimerais dire à nos invités du Québec que nous sommes désolés, mais que nous devons faire notre devoir parlementaire. Nous reviendrons cependant par la suite. Nous ne sommes pas obligés de quitter la salle à 11 heures. J'espère que cela ne vous pose aucun problème.

Can I ask Bonnie Brown, who has been patiently waiting—

Ms Brown (Oakville—Milton): Do we have time, Mr. Chairman? I don't want to hold you up.

The Chair: We have time.

Ms Brown (Oakville—Milton): Okay, thank you.

Some people we've had here seem to be looking at this exercise as an opportunity to convince us to convince the minister, etc., to make huge and major changes in the way things are operating. But in reading the results of your survey of your advertisers, while there certainly are some very serious negative comments, I get the feeling that in general they think the system itself isn't working badly. They want to continue to advertise on the CBC, probably because of its reach and maybe some different audiences it attracts.

They think having the CBC in the marketplace helps to increase the amount of Canadian content on the other networks. They think Canadian content does attract audiences and will continue to.

[*Translation*]

Pourquoi alors entendons–nous tellement parler d'un réseau en particulier et très peu des autres? Est–il possible que beaucoup de ces perceptions négatives soient inexactes? Nous voici, profanes que nous sommes en matière de radiodiffusion, en train de pontifier sur la qualité de la gestion, de la programmation, etc.

M. Sark: Je ne veux pas vous faire dire ce que vous n'avez pas dit, mais dois–je comprendre que votre question. . .

M. Duhamel: Je vous ai posé deux questions. Tout d'abord, si vous interrogiez les gens au sujet des autres réseaux, leurs perceptions seraient–elles aussi négatives?

M. Sark: Oui.

M. Duhamel: Deuxièmement, il est possible que nombre de ces perceptions soient sans fondement, répandues par des personnes qui ne connaissent pas grand–chose à toute cette industrie; nous les acceptons pourtant comme des vérités fondamentales à partir desquelles nous fonctionnons, n'est–ce pas?

M. Sark: Oui, je crois qu'il y a des perceptions négatives au sujet des autres réseaux. Je ne pense pas que le vitriol lancé à Radio–Canada lui soit réservé exclusivement. Il est clair que chaque client veut un traitement spécial. Chacun trouvera à se plaindre de l'un ou l'autre de ses fournisseurs.

Je ne pense pas que notre cas soit unique. Je ne pense pas que dans le domaine des perceptions, il y ait une vendetta, si c'est ce que vous vouliez dire. . .

M. Duhamel: J'espère bien que non.

Le président: Je dois vous interrompre. Il nous reste environ 15 minutes pour nous rendre à la Chambre.

I would like to tell our guests from Quebec that we are sorry, but we really have to carry out our parliamentary duty. We will come back here afterwards. We don't have to leave this room at 11:00 a.m. I hope this is not a problem for you.

Puis–je demander à Bonnie Brown, qui attend patiemment. . .

Mme Brown (Oakville—Milton): Avons–nous le temps, monsieur le président? Je ne voudrais pas vous retenir.

Le président: Nous avons le temps.

Mme Brown (Oakville—Milton): Bien, merci.

Certains de nos invités semblent croire que cet exercice est une occasion pour eux de nous convaincre de persuader le ministre, notamment, d'apporter des changements majeurs à la façon de faire les choses. Mais à la lecture des résultats des sondages auprès des annonceurs, je constate qu'il y a certes eu des commentaires très négatifs, mais dans l'ensemble, ils semblent croire que le système lui–même ne va pas si mal. Ils veulent continuer à annoncer sur les ondes de la SRC, probablement à cause de son rayonnement, mais peut–être aussi à cause de ses auditoires différents.

Ils pensent que la présence de la SRC sur le marché aide à accroître le contenu canadien des autres réseaux. Ils pensent que le contenu canadien est et continuera d'être attrayant pour l'auditoire.

[*Texte*]

It seems to me that you think the combination of the artistic and creative personalities at the CBC mix best with the real world through the discipline of having to attract some advertising dollars. Is that right?

Mr. Sark: I think that's absolutely right.

Ms Brown (Oakville—Milton): Seeing as we are asked to do this exercise at a moment in time when really none of our witnesses, either through this set of hearings or through the last one, when we were talking on about the information highway, the multi-channel universe, really knows what's going to happen—that was my simple conclusion from that exercise—would you also agree with me that given the moment we are at in this new universe, it is in fact pretty risky to start making major changes at this time to something that has been a worthwhile Canadian institution? Are we better to maybe ask for modifications, more efficiencies, but in a general way to let the system shake out a little bit as the next few years come along?

I'm saying I'm a Liberal, but should I be very Conservative about making changes at this time?

Mr. Sark: Gee, it sounds pretty good to me.

I think our advertisers would agree with your assessment. Quite clearly, nobody is sure what the information highway is going to bring. We are not even sure what's going to drive on it.

In theory, the technology exists to drive major changes, but it's entirely possible that broadcasters may fill the role of putting traffic on that highway. The CBC's role, CTV, Global, anybody else in that business, may become major providers of the new type of broadcasting.

We can't say for sure that it won't happen that way. To make major changes right now, based on what we think might or might not happen, would seem to be unwise.

The Chair: Mr. Ianno, do you have a last little question?

Mr. Ianno: I was wondering why your membership is against increased funding by government or other alternative sources, cable rates or whatever else may come up.

• 1010

Mr. Sark: I think it is difficult to know all the reasons, but primarily there are two. One is that everybody is fed up with paying a lot of taxes and they believe that more funding will result in more taxes.

Beyond that, they really do believe that the Adam Smith hidden hand in the marketplace is the best regulator and that assured, stable funding, independent of performance, is not the thing to do in terms of efficiently achieving objectives, whether they be public or private ones.

Mr. Ianno: I can understand the government in terms of taxing. Can you explain a little bit more why they are emphatic on the cable and alternative sources?

[*Traduction*]

Il me semble que pour vous, la combinaison des personnalités artistiques et créatrices de la SRC s'intègre le mieux dans le monde réel grâce à la discipline nécessaire pour attirer l'argent des annonceurs. Ai-je raison?

M. Sark: Je pense que c'est tout à fait vrai.

Mme Brown (Oakville—Milton): On nous demande de faire cet exercice à un moment où aucun de nos témoins, reçus dans le cadre de cette série d'audiences ou de la dernière, consacrée à l'autoroute de l'information et à l'univers multicanal, ne sait vraiment ce qui va arriver. C'est la conclusion que j'ai tirée de ce dernier exercice. À ce moment-ci, dans ce nouvel univers, n'est-il pas risqué d'apporter des changements majeurs à ce qui a été une institution canadienne très valable? Serait-il préférable de demander des modifications, davantage d'efficacité, mais, en gros, de laisser le système s'adapter un peu au cours des prochaines années?

Je dis que je suis une Libérale, mais devrais-je être plus Conservatrice lorsqu'il s'agit d'apporter maintenant des changements?

M. Sark: Bon sang, ça me semble très sensé.

Je pense que nos annonceurs seraient d'accord avec votre évaluation des choses. En fait, personne ne sait vraiment ce qu'apportera l'autoroute de l'information. On ne sait même pas quelle information y circulera.

En théorie, nous avons la technologie nécessaire pour apporter des changements importants, mais il est tout à fait possible que les radiodiffuseurs soient responsables du contenu qui circulera sur cette autoroute. Il se pourrait que la SRC, CTV, Global et tout autre groupe du milieu deviennent des fournisseurs importants de ce nouveau genre de diffusion.

Nous ne pouvons pas dire avec certitude que ce n'est pas ainsi que les choses se passeront. Il ne serait pas sage d'apporter maintenant des changements importants en fonction de ce qu'on croit que sera ou non l'avenir.

Le président: Monsieur Ianno, avez-vous une dernière petite question?

M. Ianno: Je me demande pourquoi vos membres sont contre une augmentation du financement par le gouvernement ou par des sources différentes, que ce soit les tarifs de câblodistribution ou toute nouvelle source de financement.

M. Sark: Je pense qu'il est difficile de connaître toutes les raisons, mais il y en a deux principales. D'une part, tout le monde est fatigué de payer beaucoup de taxes et pense qu'un financement accru signifiera des taxes accrues.

En outre, ils croient vraiment que les lois secrètes du marché, révélées par Adam Smith, sont le meilleur régulateur et qu'un financement garanti et stable, sans égard au rendement, n'est pas le moyen d'atteindre efficacement des objectifs, que ce soit dans le secteur privé ou dans le secteur public.

M. Ianno: Je comprends, pour le gouvernement et les taxes. Mais pourriez-vous m'expliquer davantage pourquoi on insiste pour refuser le financement d'autres sources, notamment du câble?

[*Text*]

Mr. Sark: Again, as I say, if in fact a flat fee were to be added to all cable subscribers, there would be no reward or no punishment for the ability or inability to attract an audience. The revenue would be assured. Everybody would effectively be paying a user fee or another tax. We object to that.

Mrs. Tremblay: I would like to clear up the question that was asked previously. I will read something to you:

> One of the problems affecting Quebec and other Canadian regions to some degree is the trend towards the centralization of other advertising decisions in Toronto.

That's what we were asking you. What was the problem with that centralization with regard to what is going on in Quebec? We know perfectly well that McDonald's—I don't want to make publicity for them—does publicity quite differently in Quebec than it does in the rest of Canada, because they know we have a different culture and we approach McDonald's in a different way from Canada. That's the question: what is the problem with the centralization in Toronto?

The Chair: If you can give us a quick McAnswer...

Mr. Sark: Any smart advertiser will cater to local differences in perception and in habits, and McDonald's is certainly a very smart advertiser. In my view and I think in the view of most of my membership, it has very little to do with any blindness that happens to be caused by centralizing decisions. Companies that are doing well in Quebec cater to the local market.

The Chair: On that note, we must love you and leave you. We thank you.

On attend votre présentation. Nous regrettons, mais le devoir nous appelle ailleurs. À bientôt.

Mr. Sark: Thank you very much, Mr. Chairman.

• 1012

[*Translation*]

M. Sark: Encore une fois, si un taux fixe était ajouté pour tous les abonnés du câble, il n'y aurait ni récompense ni punition pour la capacité et l'incapacité d'attirer un auditoire. Ce revenu serait garanti. Tout le monde se retrouverait en fait à payer des frais d'utilisation ou une autre taxe. Nous nous y opposons.

Mme Tremblay: J'aimerais clarifier une question qui a été posée précédemment. Je vais vous lire quelque chose:

> L'un des problèmes qui touchent le Québec, et les autres régions du Canada jusqu'à un certain point, c'est la tendance à la centralisation du marché de la publicité à Toronto.

Voilà ce que nous vous demandions. Qu'est–ce que ce problème de centralisation, pour le Québec? Sans vouloir faire de publicité pour McDonald, nous savons très bien que cette compagnie a des campagnes publicitaires différentes au Québec et ailleurs au Canada, parce qu'elle sait que nous avons une culture différente et que nous voyons McDonald d'une autre façon que le reste du Canada. Voilà la question: quel est le problème avec la centralisation à Toronto?

Le président: Pourriez–vous nous donner une McRéponse rapide...

M. Sark: Tout annonceur avisé va respecter les différences locales de perception et d'habitude. McDonald est certainement un annonceur très avisé. À mon avis et aux yeux de la plupart de nos membres, cela n'a pas grand–chose en commun avec l'aveuglement découlant des décisions centralisées. Les entreprises qui font de bonnes affaires au Québec s'adaptent au marché local.

Le président: Sur ce, nous vous aimons bien, mais nous devons vous quitter. Nous vous remercions.

We'll wait for your presentation. We are sorry, but duty calls us elsewhere. See you soon.

M. Sark: Merci beaucoup, monsieur le président.

• 1119

Le président: À l'ordre!

Nous vous souhaitons la bienvenue une fois de plus. Nous vous offrons nos excuses pour ce retard parlementaire qui est hors de notre contrôle.

• 1120

Nous allons commencer et, par la suite, d'autres députés se joindront sans doute à nous.

Au nom du Comité, j'accueille les représentants du Conseil des directeurs médias du Québec et les invite à faire leur présentation. Merci d'être venus.

Mme Jocelyne Laverdure (présidente du Conseil des directeurs médias du Québec): Merci beaucoup.

Le Conseil des directeurs médias du Québec, dans sa présente démarche auprès du Comité, souhaite réaffirmer sa préoccupation constante et son désir du maintien d'une saine concurrence dans le monde de la télévision commerciale.

The Chairman: Order!

Welcome back. We apologize for the parliamentary delay which is beyond our control.

We shall begin and I'm sure other members will join us later on.

On behalf of the Committee, I would like to welcome the representatives from the "Conseil des directeurs médias du Québec" and invite them to make their presentation. Thank you for coming.

Mrs. Jocelyne Laverdure (President of the Conseil des directeurs médias du Québec): Thank you very much.

The "Conseil des directeurs médias du Québec", by way of this intervention, wishes to reassert to this Committee its constant preoccupation and desire to maintain a viable, healthy and competitive television advertising marketplace.

[*Texte*]

Il faut que les leviers de l'offre et de la demande permettent à la télévision d'aider tous les annonceurs dont les membres du Conseil ont mission de sauvegarder les intérêts, compte tenu des diverses particularités qui caractérisent l'environnement publicitaire et social des marchés qu'ils doivent servir.

Un mot sur le Conseil. Avant d'exposer les raisons qui motivent notre position, permettez–nous de glisser un mot sur le rôle de notre organisme. Le Conseil des directeurs médias du Québec regroupe 18 membres des principales agences du Québec, qui représentent plus de 75 p. 100 des placements médias des grands annonceurs au Québec. Le Conseil est un organisme à but non lucratif dont la mission est de promouvoir les meilleurs intérêts de ses membres au bénéfice des clients annonceurs.

La fonction média dans le processus publicitaire est d'assurer l'impact des campagnes selon des critères d'efficacité économique et d'efficience média. Pour formuler des recommandations entre les différents médias, le stratège média évalue l'ensemble des médias, qui peuvent être l'affichage, la télévision, la radio, les journaux, les magazines, la publicité directe ou d'autres moyens afin de recommander celui ou ceux qui répondent le mieux aux objectifs de communication de chaque campagne. Cette démarche est financièrement désintéressée puisque sa rémunération s'effectue de façon distincte et n'est pas déterminée en fonction des médias qui sont retenus.

Dans le passé, particulièrement lors de nos représentations dans le cadre des consultations du groupe de travail Girard–Peters sur la situation économique de la télévision canadienne, le Conseil a toujours soutenu que la santé économique de tous les diffuseurs au Canada passe par un juste équilibre entre leurs revenus et leurs frais d'exploitation. Faisant grâce au Comité de statistiques et de constats trop élaborés sur des phénomènes affectant la télévision depuis plusieurs années, les membres du Conseil souhaitent néanmoins partager avec le Comité quelques points de vue, selon leur perspective d'acheteurs, et suggérer des orientations pour contribuer à l'amélioration de la santé économique future de la SRC/CBC.

De manière générale, le Conseil souhaite le maintien d'une saine concurrence entre tous les diffuseurs afin d'atteindre un équilibre de l'offre et de la demande tout en assurant une programmation de qualité et la santé financière de tous les diffuseurs, à l'intérieur de leur mission et de leurs créneaux de progammation respectifs.

Le développement d'une campagne publicitaire demande de la part des planificateurs médias une contribution créative. L'objectif d'une campagne de publicité étant de séduire, de surprendre et de convaincre le consommateur potentiel d'acheter un produit ou un service, les publicitaires doivent constamment trouver une façon d'innover, cela non seulement par le message, mais aussi par le canal de transmission.

[*Traduction*]

The market forces of supply and demand must prevail in order to allow television to serve all advertisers for which the conseil members, as gatekeepers, strive to safeguard the community's best interest. In so doing, the conseil and its members also recognize the diverse social and environmental nature that characterizes the markets to be served.

A word on our organization. Prior to elaborating on the reasons that motivate our position with respect to this issue, we would like to include a brief word on the role our organization plays. The CDMQ regroups 18 major advertising agencies in Quebec who currently control well over 75% of media space and air time booked on behalf of Quebec's major advertisers. The Conseil is a non–profit organization whose task is to promote a high degree of standards for its members that benefits its clients, the advertisers.

The role of media within the advertising process is to ensure the greatest impact of an advertiser's campaign, executed according to stringent cost efficiency and effectiveness guidelines. The media strategist must formulate his recommendation from amongst the various media choices available such as out–of–home, television, radio, newspapers, magazines, direct response advertising, in order to recommend the medium or those media that will best respond to the advertiser's campaign objectives. The process is financially unbiased given that the remuneration process is a separate and distinct process from that of the media selection.

In the past, especially during its testimony to the Girard–Peters Task Force on the Economic Status of Canadian television, the Conseil has always maintained that the economic health of all Canadian broadcasters stems from a fair balance between revenues and operating costs. While sparing the Committee the elaborate statistics and observations on phenomena that have affected television in recent years, the Conseil's members, from their perspective as buyers, nevertheless wish to share some viewpoints and to propose directions aimed at improving SRC/CBC's future economic health.

Foremost in the Conseil's mind is the need to preserve a healthy competitive environment amongst all broadcasters. It is essential that the market forces of supply and demand remain at play and well balanced against the availability of quality programming. It is also essential that the economic well–being of the broadcasters continues to flourish fully within the programming mandate for which they have been licensed.

The development of an advertising campaign requires that the media planner seek new and creative solutions that will seduce, surprise and create an impact on the consumer. The advertiser must be constantly on the lookout for new ways to innovate, not only through the content of their message but through the various means of transmitting that message.

[*Text*]

Ainsi, au cours des dernières années, une pression accrue a été exercée sur tous les médias, mais particulièrement sur les réseaux de télévision pour sortir du créneau traditionnel de la publicité 30 secondes. Les réseaux privés en particulier acceptent bien les nouveaux défis et ont développé des produits en conséquence à l'intérieur des règles actuelles régissant leurs licences d'exploitation.

Ainsi, nous avons vu émerger la multiplication de formules telles que les commandites publicitaires, les placements de produits et de logos, les promotions commanditées, les info–publicités, ainsi que des événements sportifs, culturels et sociaux qui sont aussi commandités.

Le Conseil croit que la télévision de Radio–Canada doit suivre cette tendance et emboîter le pas. Actuellement, la demande pour ces formules est croissante, et la SRC/CBC devrait être en mesure de répondre adéquatement aux besoins des annonceurs à ce chapitre.

C'est pourquoi le Conseil tient à réitérer que la tendance est à la créativité média et à la multiplication des moyens, et non pas à la limitation et à la restriction des canaux de diffusion.

Examinons maintenant les aspects économiques. Le Conseil convient que plusieurs options peuvent être suggérées et étudiées afin d'assurer un financement alternatif ou complémentaire de l'exploitation du réseau de télévision SRC/CBC dans sa mission actuelle, même si son orientation venait à changer à la suite des travaux de ce Comité. Ces moyens peuvent être des subventions, des prélèvements fiscaux sur les services de câblodistribution, l'achat d'équipements de réception, le concept de la télévision à péage et les revenus publicitaires sous diverses formes, ou encore un système de contributions volontaires tel que celui implanté actuellement aux États–Unis.

En ce qui concerne le Conseil, quels que soient les moyens éventuellement retenus, il faut favoriser la concurrence qui permet le maintien d'un inventaire diversifié et solide d'émissions «grand public» de toutes sortes pour fins de diffusion.

Cependant, le Conseil désire rappeler au Comité que la structure industrielle de la télévision au Canada s'appuie sur un équilibre entre la capacité financière et les attentes des citoyens. Au cours des quatre dernières décennies, l'industrie de la publicité a largement contribué au succès de la télévision commerciale au Canada en étant son principal bailleur de fonds. Réciproquement, les annonceurs ont aussi profité de l'avènement de la télévision commerciale et de son pouvoir de communication. Par l'entrée en scène de la télévision commerciale, la publicité est devenue un moteur économique puissant au service de la société canadienne.

Le Conseil souhaite affirmer qu'il est impérieux de maintenir les revenus publicitaires des réseaux SRC/CBC et ne souhaite pas qu'on lui enlève des options qui réduiraient la capacité des directeurs médias de rejoindre efficacement, et en nombres appréciables, la population canadienne, ou qui réduiraient l'écoute ou encore accentueraient la fragmentation des auditoires sans formule de rechange. De plus, puisque la tarification publicitaire est très élastique aux pressions de l'offre

[*Translation*]

As such, much pressure has come to bear on all media, but particularly on broadcasters in recent years to develop new ways to promote the advertisers' products or services other than through the traditional 30–second message. Some private broadcasters have accepted the challenge and have offered new ways to reach their potential audience while remaining within the rules of their licensing.

Thus, what the industry has seen, is a proliferation of advertising sponsorships, in–program product and logo placement, promotional sponsorships and infomercials. Numerous long–term sponsorships of sporting, cultural and social events have also sprung up.

• 1125

Based on increased demand from the advertising community for these new "communications options", the Conseil believes that SRC/CBC should embrace these tendencies in order to fulfill adequately the advertisers' needs.

The Conseil must once again reiterate that the challenge at hand is to create a multiplicity of communications options and not restrict the means by which the message can be conveyed.

Now let's look at the economic considerations. The Conseil acknowledges that many options can be suggested and studied in order to ensure an alternate or complementary financing of the SRC/CBC television network in its current mission, and even if its direction was to be changed as a result of this Committee's proceedings. These means for financing may be grants, taxes on cable service or on the purchase of equipment, the pay–per–view approach and advertising revenues in various forms, or even a system of voluntary contributions, as implemented currently in the United States.

As far as the Conseil is concerned, whatever means are eventually retained, competitiveness must be favoured in order to maintain a diversified and solid inventory of program types bound to attract wide and varied audiences.

However, the Conseil reminds the Committee that the structure of the Canadian television industry relies on a balance between the financial capacity and the expectations of citizens. Over the last 40 years, the advertising industry widely contributed to the success of commercial television in Canada, providing most of its revenues. Conversely, advertisers also benefitted from the advent of commercial television and of its power to communicate. With the introduction of commercial television, advertising thus became a powerful economic player, serving the Canadian society.

The Conseil wishes to state that it is imperious to maintain advertising as a source of revenue for the SRC/CBC networks and that it does not wish to have taken away options, which would reduce the ability for media directors to efficiently reach (and in sufficient numbers) the population of Canada, or would decrease viewership, or also, would increase fragmentation without a replacement formula. Furthermore, since the structuring of advertising rates is very elastic to markets' supply

[*Texte*]

et de la demande du marché, il est à prévoir que les diffuseurs privés de nos marchés seront tentés d'augmenter les tarifs publicitaires si la SRC/CBC est limitée dans son offre publicitaire. Cette inflation de coûts, résultant d'un accès limité aux émissions de type «grand public», pourrait limiter l'attrait de la télévision pour un grand nombre d'annonceurs.

Devant l'inquiétude qui pourrait hanter les décideurs politiques quant à la capacité du marché publicitaire canadien à soutenir les recettes des réseaux de télévision, précisons qu'il semble y avoir encore de la place dans la tarte publicitaire pour la SRC/CBC. Même si la télévision semble atteindre un certain plafond des revenus publicitaires au Canada, les revenus ont connu une augmentation de la part des recettes au cours des dernières années, augmentation qui a coincidé avec la venue de nouveaux réseaux spécialisés sans y être tout à fait attribuable.

Les derniers chiffres disponibles, les *Advertising Revenues in Canada* de 1994, estiment à 1,7 milliard de dollars les revenus publicitaires de la télévision canadienne en 1993, ce qui représente 19,1 p. 100 des 9 milliards de dollars recensés en revenus pour tous les médias. Cette part était de 17,1 p. 100 dix ans plus tôt, et si ce rythme avait été maintenu, c'est 167 millions de dollars de moins que les diffuseurs canadiens auraient récoltés en 1993. De plus, de 1989 à 1993, période ayant chevauché la plus forte période de récession, les revenus publicitaires de la télévision ont augmenté de 3,4 p. 100 annuellement en moyenne, et de 4 p. 100 par année pour les seuls revenus provenant d'annonceurs nationaux.

Enfin, et c'est une raison qui milite en faveur du maintien du rayonnement national, il faut rappeler que les réseaux de télévision SRC/CBC sont parmi les seuls à offrir une couverture à travers tout le Canada, pénétrant de façon efficace certaines régions du Canada, en particulier les Maritimes, le Québec, les Prairies et des régions plus éloignées des grands centres.

• 1130

Vous retrouvez sur le tableau le profil de l'écoute à travers le Canada, d'ouest en est, et la portion de l'écoute des consommateurs dans la plupart des marchés au Canada détenue par SRC et CBC.

Globalement, selon cette analyse qui provient de sondages BBM du printemps 1994, l'écoute des réseaux SRC et CBC représente une part de 17 p. 100 des heures d'écoute au Canada. Cette part, comme vous pouvez le constater, varie de 8 p. 100 à 32 p. 100 selon les marchés.

Qui plus est, la SRC, comme la télévision française en général, jouit d'un attrait particulier au Québec et y joue un rôle déterminant, compte tenu du fait que les émissions produites ici sont parmi les mieux prisées par l'auditoire francophone en général si on se fie aux cotes d'écoute. Le Conseil estime donc que toute mesure qui amenuiserait la capacité ou l'obligation de la SRC ou de tout autre diffuseur d'offrir le type de programmation «grand public», qui est à la base de cet attrait, diminuerait l'écoute de ces réseaux et, conséquemment, serait dommageable à l'industrie de la publicité au Québec.

En terminant cette intervention, le Conseil aimerait soumettre un commentaire et une réflexion quant à d'autres alternatives qui s'offrent à la SRC/CBC. En plus de préconiser le maintien de la vente de temps d'antenne à la télévision, le

[*Traduction*]

and demand pressures, it is to be expected that private broadcasters serving our markets would be tempted to increase their advertising rates should the SRC/CBC be limited in its advertising offer. The inflationary costs resulting from a limited access to large audience programs, could reduce the attractiveness of television for a great number of advertisers.

Should political decision–makers be worried as to the capacity of the Canadian advertising market to support TV station revenues, let's state that there still seems to be some room for the SRC/CBC in the advertising pie. Even if TV advertising revenues appear to be levelling–off in Canada, those TV revenues experienced an increase of their total share of ad revenues in recent years (an increase that coincided with the launch of specialty channels, but not solely attributable to that phenomenon).

The most recent CARD numbers (Advertising Revenues in Canada, 1994) set at $1.7 billion the amount of advertising revenues for TV in Canada for 1993, representing a 19.1% share of the $9 billion of advertising revenues tracked for all media. That share was at 17.1% in 1983, and if such a pace had been maintained, Canadian TV broadcasters would have reaped $167 million less in 1993. Also, from 1989 to 1993, the period spanning the worst part of the recession, advertising revenues for television increased an average of 3.4% each year, with a 4.0% average for revenues originating from national advertisers.

In addition (and this is possibly the main reason for maintaining a national coverage), it should be noted that the SRC/CBC are among the few television networks providing coverage across all of Canada, with an efficient penetration in certain Canadian regions, in particular the Maritimes, Quebec, the Prairies and remote regions located far from larger centres.

At the end of the document there is a chart showing Canadians viewing habits, from west to east, and the percentage of combined CBC/SRC station viewing for most Canadian markets.

Globally, according to an analysis of BBM's Spring '94 survey data, the SRC/CBC networks hold a 17% share of total viewing hours in Canada, and this share ranges from 8% to 32% depending on the markets studied.

Finally, the SRC (and French television in general) enjoys a particularly high attraction level and plays a key role in Quebec; locally produced programs are amongst those better praised by French viewers in general, if one refers to audience ratings. The Conseil thus feels that any measure which would reduce the capability and/or the obligation by the SRC/CBC or any other broadcaster to offer a type of programming which appeals to a wide public (which in fact is the very basis for SRC's peculiar attraction), would decrease viewership and consequently would be detrimental to the advertising industry in Quebec.

The Conseil would like to end its submission by formulating a comment and initiate a thought as to another alternative available to the CBC. As well as advocating the maintenance of commercial time on television, the Conseil questions if it would

[*Text*]

Conseil se demande s'il ne serait pas convenable et même souhaitable qu'une politique publicitaire soit adoptée pour la radio de la SRC et CBC. Actuellement, les politiques et règlements interdisent de telles diffusions dans les grands marchés. Le caractère particulier, voire rehaussé, de l'auditoire des stations AM et FM de la SRC pourrait sans doute présenter un intérêt pour les annonceurs. Il est de notre avis qu'une libéralisation de ces politiques et règlements actuels, à l'intérieur de normes précises pour éviter une atteinte au format de programmation et une désaffectation de l'auditoire, pourrait constituer une avenue acceptable pour le financement accru des activités de la SRC/CBC et contribuerait à élargir l'éventail des occasions publicitaires.

Le Conseil des directeurs médias du Québec recommande au Comité de considérer le rôle que l'industrie de la publicité continuera de jouer dans le paysage télévisuel, sachant que la capacité financière des annonceurs a été durement éprouvée par la récession et qu'une trop grande réduction d'occasions de diffusion nuirait à l'efficacité publicitaire de la télévision. C'est pourquoi il faut maintenir la capacité de la SRC/CBC de fournir du temps d'antenne, permettant aux artisans de la planification média de réaliser des campagnes de communication à des coûts abordables partout au Canada.

Alors que les tendances du marché et des débats sur les finances publiques sont à l'élargissement des frontières et des moyens de financer les services publics, le débat actuel s'avère l'occasion toute rêvée d'orienter l'avenir de la SRC/CBC dans les grands courants de l'époque.

Le président: Merci, madame Laverdure. Je dois dire que le tableau des auditoires partout au pays, par pourcentage de population, est remarquable. Pouvons–nous utiliser ce tableau dans notre rapport final? Consentez–vous à nous céder vos droits d'auteur? Cela vient de BBM, et nous aimerions nous y référer dans notre rapport. Le tableau donne un aperçu extraordinaire sur la situation à travers le pays. On voit très bien, par exemple, où sont situés les problèmes du réseau anglais.

Je vais maintenant céder la parole à M^me^ Tremblay. Je regrette que M^me^ Brown doive nous quitter. Elle a un autre rendez–vous.

Mme Tremblay: Merci beaucoup de votre présentation. Merci beaucoup de nous avoir attendus.

• 1135

J'ai été moi–même impressionnée par ce tableau. J'ai plusieurs questions à vous poser.

Est–il exact que la publicité rejoint peu les grands centres anglophones et davantage les secteurs francophones? Ceux qui vous ont précédés ce matin disaient que cela coûtait plus cher parce qu'on vendait de la publicité en fonction du potentiel de population d'écoute.

Il y a quelque chose que je comprends mal. Les témoins de ce matin nous disaient que les cotes d'écoute entraient aussi en ligne de compte dans l'établissement des tarifs. La même publicité pour Bell Canada, par exemple, coûte–t–elle plus cher à Radio–Canada français ou à Radio–Canada anglais, ou si c'est le même prix?

Mme Laverdure: Il y a plusieurs volets à votre question.

[*Translation*]

not be appropriate, and even desirable, for a commercial policy to be adopted by SRC/CBC's radio network. Currently, policies and rules do not allow advertising in larger markets. The nature and the enhanced profile of SRC/CBC's AM and FM stations would certainly present an interesting option to advertisers. It is our opinion that an easing of current policies and rules, within specific standards to avoid negative impacts to programming formats and audience disaffection, could constitute an acceptable avenue for the additional financing of SRC/CBC's activities and would contribute to widen the spectrum of advertising opportunities.

The "Conseil des directeurs médias du Québec's" recommendation to the Committee is to take into account the role the advertising industry will play in the broadcast landscape knowing that advertisers have been financially hard hit throughout the recession. Reductions in broadcast opportunities will only be to the detriment of television advertising's efficacy. That is why it is imperative that SRC/CBC maintain its capacity to supply airtime so that media planning professionals can continue to formulate cost efficient communication campaigns throughout Canada.

While public funding debates and market tendencies point to wider horizons with respect to the capacity to further subsidize public service, the current debate does offer the opportunity to broaden the future of SRC/CBC in the path of new communications opportunities in concert with the industry's evolution.

The Chairman: Thank you, Mrs. Laverdure. I must say I am very impressed with the ratings graph, which shows the ratings for every part of the country. Could we use this table in our final report? Would you let us use your copyright? The source is BBM, and we would like to refer to them in our report. The graph is an incredible overview of what is going on throughout the country. For instance, you can see exactly where the problems are for the English network.

I will now give the floor to Mrs. Tremblay. I'm sorry Mrs. Brown had to leave. She has another meeting.

Mrs. Tremblay: Thank you very much for your presentation. Thank you as well for waiting for us.

I was impressed with that chart myself. I have a lot of questions for you.

Is it true that the advertising doesn't reach the big English–speaking centres very much, but that it does the French–speaking ones? Those who sat here before you this morning said that it costs more because advertising is sold based on the potential audience.

There's something I don't really understand. Our witnesses this morning told us that ratings were also taken into account in establishing rates. For example, would the same advertising for Bell Canada cost more on French CBC or on English CBC? Or is it the same?

Mrs. Laverdure: There are several aspects to your question.

[*Texte*]

En ce qui concerne les niveaux d'écoute dans les différents marchés au Canada, ce qu'on voit ici, c'est la portion que SRC/CBC accapare dans la plupart des marchés importants au pays. Ceci ne reflète pas la capacité de la publicité à rejoindre ses auditoires. Ce n'est que le reflet de l'écoute de ces auditoires. On peut dire que le potentiel total de la publicité pourrait être tous les auditoires canadiens à l'écoute de la télévision. Ce serait plus juste si on voulait identifier le potentiel de la télévision.

Le tableau illustre l'importance relative de la SRC et de CBC à travers le Canada. Cela démontre aussi qu'il y a des différences marquées au Québec. On signalait tout à l'heure que, sur l'ensemble des marchés, les réseaux SRC et CBC allaient chercher entre 8 p. 100 et 32 p. 100 de l'écoute totale. Vous voyez que ce n'est pas qu'au Québec que les parts d'écoute sont élevées. Dans l'Ouest, il y a également des parts d'environ 20 p. 100. Bien entendu, lorsqu'on examine le Québec, on voit que la position occupée par la SRC y est enviable, puisqu'elle est un joueur important qui capture une bonne part de l'écoute.

En ce qui concerne le potentiel, ce qui nous intéresse, lorsqu'on représente nos annonceurs, ce sont les auditoires que l'on peut rejoindre. Ce que l'on marchande, ce sont des auditoires à l'écoute d'émissions.

Comment le prix de ces auditoires s'établit-il? Il serait bien de pouvoir dire que c'est très facile et que cela se négocie que sur une base quantitative. On parlait plus tôt du BBM, qui est la base de comparaison pour dire qu'on rejoint une tranche de 1 000 auditeurs, mais il n'y a pas que ces facteurs qui influent sur les prix que les annonceurs paient. Des facteurs quantitatifs et nous permettent de comparer des marchés entre eux. Par exemple, comment le coût relatif d'un auditoire rejoint à Montréal se compare-t-il à celui d'un auditoire rejoint à Toronto? Ce sont des mesures de comparaison qui existent, mais ce n'est pas la seule base de comparaison d'un marché par rapport à un autre.

Il est très difficile de dire si tel marché est plus cher ou moins cher. Tous ces facteurs entrent en ligne de compte. Il y a aussi des facteurs qualitatifs. Lorsqu'on regarde le coût relatif, on tient compte de tous ces facteurs qualitatifs. On ne dira pas qu'à cause du prix, on rejette cet auditoire ou qu'il ne nous intéresse pas. Le prix est un des facteurs. Le seul coût de revient ne suffirait pas à nous faire choisir ou rejeter un média, une émission ou une station.

Mme Tremblay: En ce cas, comment s'explique la différence énorme entre les revenus publicitaires de la CBC et ceux de la SRC?

Mme Laverdure: La différence majeure entre la SRC et CBC, on la voit un peu ici. Regardez le type de programmation et les auditoires qui sont générés par la SRC. On voit un peu le reflet de cela ici. Au Québec, il y a des émissions qui rejoignent de grands auditoires. Pour nous, en termes de cotes d'écoute, cela représente un pourcentage d'un univers qu'on veut rejoindre. Les cotes d'écoute sont donc utilisées.

• 1140

Au Québec, il y a plusieurs émissions qui rejoignent 20 p. 100 ou même 30 p. 100 de la population, en particulier à la SRC. Ce sont des choses qu'on ne voit jamais au Canada anglais, ni à la CBC ni dans des stations privées.

[*Traduction*]

For the ratings in the different Canadian markets, what you have here is the portion that SRC/CBC accounts for in most of the country's bigger markets. This is not a reflection of the advertising capacity in reaching its audiences. It's only a reflection of the audiences tuning in. We could say that the total potential for advertising could be all Canadian audiences tuning in to television. That would be more equitable if we wanted to identify television's potential.

The chart illustrates the relative importance of SRC and CBC across Canada. It also shows that there are marked differences in Quebec. We pointed out before that, for all markets, the SRC and CBC networks captures between 8% and 32% of the total audience. You can see that the ratings aren't high only in Quebec. Out West there are also some 20% shares. Of course, when you look at Quebec, you can see that the SRC's position is enviable because it's an important player that captures a good share of the audience.

As for potential, when we represent our advertisers, what we're interested in are the audiences we can reach. What we're marketing is audiences listening to programs.

How do we establish the cost of those audiences? It would be nice to be able to say that its very easy, and that it's negotiated on a quantitative basis. We talked about the BBM before, which is the comparison base used to say how many viewers we reach per thousand. But that's not the only factor influencing the price advertisers will pay. There are quantitative factors, and those allow us to compare markets one to the other. For example, what's the relative cost to reach an audience in Montreal as compared to the audience reached in Toronto? Those are some of the comparative measures, but it's not the only basis used to compare one market to another.

It's very hard to say whether a given market is more or less expensive. All those factors are taken into account. There are also qualitative factors. When we look at relative cost, we have to take all those qualitative factors into account. You don't say that a given audience is going to be rejected, or isn't interesting, because of the price. The price is one of the factors. Cost alone isn't enough to make you choose or reject a given media, program or station.

Mrs. Tremblay: In that case, how do you explain the enormous difference between CBC and SRC advertising revenue?

Mrs. Laverdure: You'll find the major difference between them here. Look at the kind of programming and audiences generated by the SRC. You can see a bit of that here. In Quebec, you have programs that reach wide audiences. As far as we're concerned, in terms of ratings, it represents a percentage of the universe we want to reach. So the ratings are used.

In Quebec, a lot of programs reach 20 or 30% of the population, especially in the case of the SRC. These are ratings you never see in English Canada, neither with the CBC nor with any private stations.

[*Text*]

Le président: Ni aux États–Unis.

Mme Laverdure: En effet. Donc, le niveau et le comportement d'écoute sont très différents au Québec. Déjà, à la base, il y a un comportement d'écoute différent, un niveau d'écoute télévision et une programmation également très différente.

Les Québécois consomment très peu d'émissions américaines. Ce n'est pas seulement la langue qui les empêche de le faire, puisque souvent, on a eu des émissions américaines traduites au Québec qui ne sont pas allées chercher les auditoires. . .

Mme Tremblay: Le Québécois sait qui il est et il aime regarder une télévision qui le reflète. Mais cela n'explique toujours pas pourquoi la SRC touche beaucoup moins de revenus publicitaires que la CBC. La CBC reçoit énormément de revenus publicitaires, mais n'est pas écoutée. Pourquoi les annonceurs consentent–ils à faire de la publicité à Radio–Canada anglais alors que personne ne la voit? Il n'y a presque pas de monde.

Le président: En nombres, les auditoires sont presque égaux, mais en termes de fonds, on a la moitié.

Mme Tremblay: Chaque fois qu'il entre 100 millions de dollars de revenus publicitaires chez les francophones, il en entre pour 200 millions de dollars chez les anglophones. Si la publicité rejoint essentiellement le même nombre de têtes de pipe, pourquoi la publicité est–elle moins payante en français? Est–ce que vous la vendez moins cher?

Mme Laverdure: Je ne pense pas que cela se résume à regarder le coût de revient des auditoires, même si on les regardait globalement. Il y a aussi la façon dont les émissions sont achetées. On regarde des auditoires précis par émission. Les coûts de revient de deux émissions peuvent être très différents. Il peut y avoir des écarts de prix entre les émissions qui sont achetées, même à l'intérieur de la grille de programmation de la SRC.

On aimerait bien pouvoir vous répondre qu'il y a en effet une différence et qu'elle est basée sur tel coût, mais malheureusement, il n'y a pas de facteur unique qui explique cela. Il y a aussi toute la dynamique économique de l'offre et de la demande dans chacun des marchés.

Le président: Par exemple, le 12 p. 100 de Toronto pourrait être très intéressant pour la publicité, parce que cela représente 12 p. 100 de vieux riches qui achètent beaucoup de voitures, etc.

Mme Laverdure: En effet.

Le président: Douze n'égalent pas deux.

Mme Laverdure: C'est exact. Le pourcentage à lui seul n'explique pas l'attrait et le prix qui s'y rattache.

Le président: On peut passer à travers cela, parce que vous représentez à vous seule toute la gamme politique.

Mme Tremblay: Heureusement que je suis là.

Mr. Ianno: I guess I'm looking back to SRC. If the SRC did not allow advertising, would your advertisers spend the same amount of money elsewhere?

Mme Laverdure: D'abord, il y aurait plusieurs conséquences pour nous si la SRC et CBC réduisaient ou éliminaient le contenu publicitaire permis. Il y aurait énormément de conséquences pour nous, et on l'a souligné dans

[*Translation*]

The Chair: Nor in the U.S.A.

Mrs. Laverdure: Quite so. So, audience level and behavior are very different in Quebec. Initially, you have a different audience behavior as well as a very different programming and television viewer level.

Quebeckers consume very few American programs. It's not just the question of language, because you often have American programs translated in Quebec that just don't attract audiences.

Mrs. Tremblay: The Quebecker knows who he is, and he likes to watch programs that mirror him. But that doesn't always explain why the SRC gets a lot less advertising revenue than the CBC. The CBC gets a lot of advertising revenue, but people don't watch it. Why do the advertisers bother advertising on the English CBC when nobody watches? When there's almost nobody?

The Chair: In numbers, the audiences are just about equal; but in terms of funds we get half.

Mrs. Tremblay: Any time you have $100 million advertising revenue for the francophones, there's $200 million for the anglophones. If the advertising reaches essentially the same number of people, why does advertising bring in less money in French? Do you sell it cheaper?

Mrs. Laverdure: I don't think it boils down to just looking at the cost of audiences, even if you look at the whole thing. There's also the way programs are bought. We look at specific viewing audiences per program. The cost can be very different for two programs. You can have a difference in price between programs bought even within an SRC programming grid.

We'd really love to answer that there is a difference, and that it's based on such or such factor. Unfortunately, there's no single factor to explain that. There is also the economic dynamics of supply and demand in each one of those markets.

The Chair: For example, 12% of Toronto could be very interesting for an advertiser because it represents 12% of old wealthy people buying lots of cars and so on.

Mrs. Laverdure: Quite so.

The Chair: Twelve doesn't equal two.

Mrs. Laverdure: That's right. The percentage alone doesn't explain the attraction, or the price that goes with it.

The Chair: We can get through that because on your own, you represent the whole political spectrum.

Mrs. Tremblay: Thank goodness I'm here.

M. Ianno: J'en reviens à la SRC. Si la SRC ne permettait pas de publicité, vos annonceurs dépenseraient–ils le même montant d'argent ailleurs?

Mrs. Laverdure: First of all, there would be several consequences for us if the SRC and CBC were to decrease or eliminate the allowed advertising content. There would be a lot of consequences for us; and we pointed them out in our

[*Texte*]

notre document. Les grandes conséquences pour nous seraient la façon dont l'auditoire serait probablement réparti à l'intérieur du marché ou des territoires couverts par les stations. On est convaincus que des revenus publicitaires moindres affecteraient la programmation et, de ce fait, affecteraient les niveaux d'écoute et les auditoires s'y rattachant.

Est-ce que cela réduirait nécessairement les revenus publicitaires dans les marchés? Il est difficile d'établir une relation de cause à effet.

• 1145

Plus tôt, on mentionnait que les moyens qui nous ont été offerts au Québec, depuis les cinq dernières années et plus, ne semblent pas nous avoir affecté négativement, malgré une période de récession. Bien au contraire, il y a eu une augmentation de la tarte et des dépenses. On disait plus tôt qu'on cherche toujours de nouvelles façons d'être présents, d'avoir une visibilité publicitaire qui se différencie. Actuellement, on irait même plus loin et on voudrait d'autres moyens de rejoindre nos auditoires, des moyens qui, actuellement, ne sont probablement pas permis à l'intérieur des règles.

Cependant, on est à l'affût d'opportunités de ce genre et on est convaincus que nos annonceurs sont prêts à investir dans ces avenues, que cela amènerait des opportunités d'investir pour ceux qui sont actuellement en télévision. C'est ce qu'on a vu dans la diversification de l'offre télévisuelle avec les nouveaux canaux, avec les canaux spécialisés.

Mr. Ianno: Do you believe if the CBC was not allowed to advertise, the TVA would increase its rates?

Mme Laverdure: Certainement. Comme on l'a dit plus tôt, c'est le jeu de l'offre et de la demande. Si l'offre est significativement diminuée, il est évident que cela va causer une hausse des prix et c'est ce qu'on soulignait dans notre mémoire. Les annonceurs craignent une offre moindre et ne veulent pas avoir moins de moyens, ils en veulent même plus pour rejoindre leurs auditoires et la clientèle-cible.

Mr. Ianno: Would your advertisers be willing to advertise on SRC? If so, would they be pulling advertising dollars away from other radio stations in Quebec?

Mme Laverdure: Encore une fois, il est assez difficile de prévoir dans le futur comment ces phénomènes affecteront la tarte publicitaire. Il n'y a pas que cette variable-là qui change, c'est une dynamique qui est en évolution. On peut facilement imaginer que toutes les variables restent identiques, mais il y a un joueur de plus, ce qui fait que c'est très difficile de prévoir exactement d'où l'argent viendrait et ce que cet argent supplémentaire pourrait représenter.

Je reviens sur ce que le conseil recherche pour ses annonceurs. Il est certain que la radio de Radio-Canada est, pour nous, une opportunité que l'on recherche depuis toujours et on aurait voulu une plus grande visibilité si les règles actuelles nous le permettaient.

[*Traduction*]

document. The worst would be how the audience would probably shared on the markets or territories covered by the stations. We're convinced that less advertising revenue would affect programming, and thus affect ratings—and the audiences that go with them.

Would that necessarily decrease advertising revenue in the markets? It's difficult to establish a cause and effect relationship.

Earlier on, it was said that we were given more opportunities in Quebec over the last five years and more, which don't seem to have had a negative impact, despite the recession. On the contrary, the pie and expenses increased. A few moments ago, we said that we are looking for new ways to increase our visibility; a different type of advertising visibility. Today, we would even go further and say that we want new ways of reaching our audiences, ways which current rules probably do not allow.

However, we are keeping our eyes and ears open for these new types of opportunities, and we are convinced that our announcers are willing to invest in these new avenues; and that it would lead to investment opportunities for people involved with television. We discovered this trend with the proliferation of new channels and with specialty channels.

M. Ianno: Croyez-vous que si la SRC n'avait pas le droit de diffuser des annonces publicitaires que TVA augmenterait ses taux?

Mrs. Laverdure: Certainly. As we said earlier, it's determined by supply and demand. If supply decreases significantly, it's clear that prices will increase; which we pointed out in our brief. Announcers are afraid that supply will decrease; they don't want less opportunities, they want more in order to reach their audiences and target markets.

M. Ianno: Est-ce que vos clients publicitaires seraient prêts à diffuser leur publicité à la SRC? Le cas échéant, seraient-ils prêts à ne plus payer pour des annonces publicitaires sur d'autres stations radiophoniques au Québec?

Mrs. Laverdure: Again, it is rather difficult to predict how these changes will affect the publicity pie in the future. It's not the only thing that will change; the whole process is changing. It's easy to imagine that many factors will remain the same, but there will be an added player, which means that it is very difficult to guess exactly where the money will come from, and how it will impact the situation.

Let me come back to what the council wants for its announcers. It's clear that the CBC's French-language radio represents an opportunity for us, which we have always tried to grasp and which we would have seized to give us greater visibility if current rules allowed us.

[*Text*]

Le président: Il semble y avoir une petite contradiction entre le rapport Girard–Peters et ce que vous venez de nous dire. C'est un rapport plutôt alarmiste, surtout dans le contexte du marché francophone. Le rapport indique que, s'il y a une multiplication sans contrôle des possibilités pour la publicité, cela va ruiner le marché.

Par contre, vous êtes plutôt optimistes. La situation a–t–elle beaucoup évolué depuis la publication de ce rapport? Est–ce cela l'explication de cette apparente contradiction?

Mme Laverdure: Le rapport Girard–Peters a été publié il y a environ quatre ans. Si on se situe bien, l'environnement a beaucoup changé depuis. Au Canada, on venait de connaître la venue des nouveaux canaux spécialisés. Donc, toute la transformation et la fragmentation de l'auditoire commençait à voir cette émergence et on avait très peur des conséquences de cela d'un point de vue économique.

De façon générale, la population n'a pas écouté significativement plus de télévision ou moins de télévision, donc l'écoute est diversifiée. On a constaté cela dans les cinq dernières années.

• 1150

Durant la même période, l'industrie publicitaire n'a pas nécessairement augmenté de façon significative les investissements publicitaires. Malgré l'avènement des auditoires plus fragmentés, il n'en demeure pas moins qu'il y a eu une augmentation des investissements en télévision. Nous l'attribuons en partie à la diversité de cette offre.

Certains clients sont allés dans ce média de la télévision alors qu'ils n'y étaient pas auparavant. Donc, même si on a eu une fragmentation et si on a des auditoires qui ne s'accaparent pas d'une part de marché de 10 p. 100 et plus, même si ces diffuseurs offrent des parts réduites, il n'en demeure pas moins qu'ils peuvent présenter un intérêt pour des annonceurs. Dans ce sens–là, ils peuvent présenter un intérêt également pour un annonceur qui va même être prêt à payer une prime pour rejoindre un auditoire qui est plus restreint, mais qui va être vraiment l'univers auquel il s'adresse.

Le président: J'aurais une autre question qui n'est pas reliée à la première. Comme nous adorons tellement votre carte, est–ce possible d'en avoir une semblable pour l'alliance CTV–TVA, par exemple? Ce serait très intéressant de voir cela parce que ce sont deux systèmes comparables au niveau national. Il n'y en a pas un troisième. Si vous aviez ces renseignements–là, cela nous aiderait beaucoup.

Mme Laverdure: On l'a fait sur une base nationale. Si on prend des réseaux régionaux, à ce moment–là, il faudrait regarder l'apport de 100 p. 100 sur une base régionale.

Le président: C'est tout simplement CTV et TVA, parce que c'est à peu près la seule possibilité que je vois comme comparaison nationale.

Mme Laverdure: Oui, c'est cela. TVA ne couvre pas tous les marchés nationaux, alors on ne peut pas refaire un auditoire.

Le président: Si je combinais les deux, comme cela, vous pourriez avoir à la fois Montréal français par TVA et Montréal anglais par CTV? Cela serait–il possible? Est–ce une bonne idée? Je ne le sais pas.

[*Translation*]

The Chair: There seems to be a small contradiction between what the Girard–Peters report says, and what you are saying. The report is rather alarmist; especially in terms of the francophone market. The report says that if there is an uncontrolled proliferation of advertising opportunities, it will ruin the market.

However, you are more optimistic. Has the situation changed very much since the report came out? Does that explain this apparent contradiction?

Mrs. Laverdure: The Girard–Peters report was published about four years ago. If you look at the overall situation, you'll see that many changes have taken place since then. In Canada, new specialty channels were just beginning to appear. Therefore, viewership was beginning to break down and change, and we were very afraid of the potential economic consequences.

Generally speaking, the public did not start to watch more or less television; smaller groups of people are watching different shows. We noticed this trend in the last five years.

During the same period, the advertising industry did not necessarily increase its advertising investments significantly. Despite the fact that viewership is more fragmented, it remains that advertising has increased on television. We believe this is partly due to the diversity of new channels.

Some clients began advertising on television for the first time. So, even if audiences are more fragmented and even if they don't represent more than 10% or more of market share, and even if broadcasters reach some other audiences, the fact remains that they present an opportunity for announcers. Therefore, announcers are interested in the new situation and are even willing to pay a premium to reach smaller audiences which are really the target groups they are trying to reach.

The Chair: I have another question which is not a follow–up to the first one. Since we like your map so much, would it be possible to get a similar one for the CTV/TVA alliance, for example? It would be very interesting to see the map because it shows two similar systems throughout Canada. There is not a third such system. If you have that information, it would be very useful to us.

Mrs. Laverdure: We worked on a national scale. If you take regional networks, you would have to look at the total regional contribution.

The Chair: I'm really just interested in CTV and TVA, because it's just about the only national comparison we can make.

Mrs. Laverdure: Yes, that's right. TVA is not in every Canadian market, so you can't make up an audience.

The Chair: If I combined both networks, like so, couldn't you cover French viewers in Montreal with TVA and English viewers in Montreal with CTV? Would that be possible? Is this a good idea? I don't know.

[*Texte*]

M. François Vary (membre du conseil d'administration, Conseil des directeurs médias du Québec): Comme j'ai supervisé la réalisation de ce travail–là, je vais jeter un oeil là–dessus pour voir ce qu'on peut faire.

Le président: Si le secteur privé pouvait nous aider, cela coûterait moins cher au Parlement du Canada.

M. Vary: Comme d'habitude.

Le président: Je passe à M^me^ Tremblay et, par la suite, à M. McKinnon.

Mme Tremblay: J'aurais deux questions pour le moment. Jusqu'à tout récemment, Radio–Canada n'acceptait jamais qu'il y ait des mots d'anglais dans la publicité qui passait à la télévision. Je pense que cela a changé il y a quelques d'années. Ils permettent maintenant les fameux *jingles* qui sont en anglais, en arrière–fond. Depuis qu'on a vu arriver cela à Radio–Canada, il y en a de plus en plus à TVA. Est–ce le lobby de vos clients qui fait en sorte que maintenant on nous affuble d'anglais dans la publicité francophone à Radio–Canada?

Mme Laverdure: Je vous répondrais que, malheureusement, du point de vue du contenu des messages, cela ne fait pas partie des fonctions et des responsabilités du Conseil des directeurs médias du Québec. Donc, nous ne sommes pas habilités à répondre à cela.

Mme Tremblay: Qui est responsable de cela?

Mme Laverdure: Probablement l'organisme responsable des agences de publicité au Québec.

Mme Tremblay: Il y avait le concept de publicité trente secondes, une minute, etc., mais, de plus en plus on se dirige vers l'achat des émissions en commandite. Quels sont les avantages pour vos clients d'aller vers cela, et quels sont les risques, pour les consommateurs, que vos clients veuillent un jour influencer le contenu des émissions?

Mme Laverdure: Quant aux annonceurs, c'est vrai qu'il y en a de plus en plus. Ce n'est pas une forme qui est nouvelle parce qu'on peut penser à des types de commandites qui existaient il y a 25 ans ou plus même.

Mme Tremblay: Le hockey commandité par Esso, entre autres.

Mme Laverdure: Il y avait aussi d'autres grandes commandites. Bien que ce ne soit pas une forme totalement nouvelle, c'est une forme qui connaît une prolifération certaine depuis les dernières années. Quels sont ses attraits? En partie, on recherche des nouveaux moyens de rejoindre nos auditoires; on recherche des formes différentes pour les surprendre.

C'est une façon pour nous de se différencier. Tous nos clients se retrouvent dans des univers de plus en plus compétitifs, ils doivent se démarquer, ils doivent sortir de l'encombrement publicitaire qui existe.

• 1155

Je ne parle pas spécifiquement et uniquement de commandites, mais de toutes autres sortes de moyens. Pour nous, la créativité est très importante, mais il y a encore des formats de 30 secondes. Nous désirons une plus grande ouverture pour être capables d'exécuter des campagnes différentes, des commandites.

[*Traduction*]

Mr. François Vary (Member of the Board of Directors, Conseil des directeurs médias du Québec): Since I supervised the work on the map, I'll take a closer look to see what we can do.

The Chair: If the private sector helped us, it would cost the Canadian Parliament less.

Mr. Vary: As usual.

The Chair: Mrs. Tremblay, followed by Mr. McKinnon.

Mrs. Tremblay: I have two questions for now. Until very recently, the SRC did not allow the use of English words in its television advertising. But I think this has changed over the last few years. The corporation is now allowing well–known English jingles to be played in the background. Since this started happening on the SRC, these types of jingles have been broadcast more frequently on TVA. Have your clients lobbied you into playing more English tunes in French advertising on the SRC?

Mrs. Laverdure: Unfortunately, I can't give you an answer in terms of the content of commercials. It's not part of the mandate of the Council. So, we're not in a position to answer that question.

Mrs. Tremblay: Then who is responsible for the content?

Mrs. Laverdure: Probably the organization in charge of Quebec's advertising agencies.

Mrs. Tremblay: At one point, we had 30–second and 60–second commercial spots. But the trend is towards sponsored programs. What are the advantages of sponsored programs for your clients? What are their risks to consumers? And would your clients at one point try to influence the content of programs?

Mrs. Laverdure: It's true that there are more and more announcers. This is not a new type of advertising since various kinds of sponsorships have existed for 25 years or more.

Mrs. Tremblay: Hockey, for instance, is sponsored by Esso.

Mrs. Laverdure: There were also other major sponsorships. Even if this is not a new kind of advertising, it has increased over the last few years. What are its advantages? The answer lies partly in the fact that we are looking for new ways of reaching our target markets; we are looking for new ways of catching their attention.

It's a new way for us to position ourselves. All our clients are working in a more and more competitive universe; and they have to stand out and rise above the current advertising glut.

I am not talking specifically and exclusively about sponsorships, but also about other types of means. For us, creativity is very important but there are still 30–second formats. We want a greater openness so that we can deal with different types of publicity campaigns, like sponsorships.

[*Text*]

Par exemple, cela nous permettrait de nous associer à un contenu de programmation qui correspond bien aux intérêts de notre consommateur. On sait qu'on va bien rejoindre notre consommateur parce qu'il va aimer ce type d'émission. Déjà, en cela, la commandite présente un attrait pour l'annonceur.

Cela présente aussi un attrait parce que l'annonceur va rechercher une exclusivité. Cela peut aussi être un autre motif qui va nous faire aller vers des moyens diversifiés, des formes publicitaires non traditionnelles.

Le président: Et la question d'influence?

Mme Tremblay: C'est un danger pour le consommateur.

Mme Laverdure: L'influence, c'est très important. On a toujours ce souci et vous pouvez être certains que les télédiffuseurs sont les premiers à garder un oeil là-dessus puisqu'ils ne veulent pas faire fuir leurs auditoires.

On ne recherche pas une présence et on ne s'attend pas à ce que les blocs publicitaires n'arrivent qu'à toutes les cinq minutes. On sait que cela pourrait être un facteur qui pourrait faire fuir le consommateur. Donc, nous sommes conscients de cette limite, et de l'intérêt du consommateur qu'il faut préserver.

Mme Tremblay: Pourriez-vous m'expliquer—enfin, j'ai la chance de poser la question aux gens qui produisent la publicité—pourquoi vous faites cela tellement fort qu'on a deux goûts: peser sur «mute», ou «zapper»?

Mme Laverdure: Nous ne produisons pas les messages. Nous ne faisons que recommander des stratégies à nos clients, dans quel véhicule-média. . .

Mme Tremblay: Ce n'est pas vous, ce sont vos clients?

Mme Laverdure: Non. Vous avez la liste des membres qui font partie du Conseil des directeurs médias du Québec. Nous avons également parmi nos membres des spécialistes des médias. Certains de nos membres planifient et négocient du média uniquement. Nous représentons les professionnels en média.

Le président: J'ai lu une explication différente. Ce n'est pas qu'il y ait deux niveaux de volume, c'est tout simplement que le niveau moyen de volume, pendant les pauses publicitaires, est plus élevé. Dans les émissions dramatiques, cela va de bas en haut, c'est plutôt criard, mais ce n'est pas le volume qui change, c'est tout simplement le niveau.

Mme Tremblay: Quand c'est le temps des pauses publicitaires, c'est quand même pas mal plus fort. On nous casse les oreilles.

Le président: Pourquoi ai-je osé répondre à cette question?

Mr. McKinnon, you had a question.

Mr. McKinnon: I agree with Madam Tremblay on the volume.

The Chair: It tells them it's time to go to the bathroom.

Some hon. members: Oh, oh!

Mr. McKinnon: Thank you very much for your presentation. I am from Brandon, Manitoba, and I see the references to the west and to the east.

[*Translation*]

For instance, this would allow us to associate ourselves with a programming content that is more closely related to the interests of our consumer. We know that we will reach our consumer because he will like this type of programming. That in itself is one attracting aspect of sponsorship for the announcer.

Another attracting feature is that the announcer will want the exclusivity. This is another reason why we will shift to more diversified means, non-traditional types of publicity.

The Chair: And the issue of influence?

Mrs. Tremblay: This is a danger for the consumer.

Mrs. Laverdure: Influence is very important. We always have this concern, and you can rest assured that broadcasters are the first ones to keep an eye on this because they don't want to lose their audiences.

We're not looking for a presence and we don't expect that commercial slots will happen every five minutes. We know that this could contribute to turn away the consumers. We are very conscious of this limit, and of the fact that we must keep the attention of the consumer.

Mrs. Tremblay: I finally have a chance to ask the question to people who produce the advertisement: Could you explain to me why you make it so loud that we only feel like pressing on mute or changing channels?

Mrs. Laverdure: We don't produce the announcements. We only recommend strategies to our client, for instance what type of media. . .

Mrs. Tremblay: So it is not your fault but your clients?

Mrs. Laverdure: No. You have a list of the members of the Conseil des directeurs médias du Québec. We also have in our membership media specialists. Some of our members only plan and negotiate media. We represent media professionals.

The Chair: I have read another explanation. It is not as if there were two volume levels, but simply that the average level, during commercial breaks, is louder. In a drama series, it goes up and down, it is sometimes rather loud, but it is not the volume that changes, only the average level.

Mrs. Tremblay: But when it is time for a commercial break, it is still much louder. It is deafening.

The Chair: Why did I dare answer this question?

Monsieur McKinnon, vous aviez une question.

M. McKinnon: Je suis d'accord avec M^me^ Tremblay, au sujet du volume.

Le président: Les auditeurs savent qu'il est temps d'aller au petit coin.

Des voix: Oh, oh!

M. McKinnon: Merci pour votre exposé. Je suis de Brandon, au Manitoba et je vois qu'on parle de l'Ouest et de l'Est.

[*Texte*]

I'm looking at some of the fine print here. Where do you read Medicine Hat or Saskatoon on that chart? Are they down about 16%, with Lloydminster up at 32%? Is that correct?

M. Vary: Tous les marchés sont représentés sur cette carte, mais au fil des années, les régions administratives de BBM évoluent. Donc, je crois que Medicine Hat et Saskatoon représentent environ 18 p. 100 de l'écoute télé de CBC–SRC. À Lloydminster, c'est 32 p. 100.

[*Traduction*]

Je regarde ce qui est écrit en tout petit. Où voit–on Medecine Hat ou Saskatoon, sur ce tableau? Est–ce qu'ils ont baissé à 16 p. 100, alors que Lloydminster est passé à 32 p. 100? Est–ce juste?

Mr. Vary: All the markets are represented on this chart, but as the years go by, the administrative regions of BBM change. I think that Medicine Hat and Saskatoon represent about 18% of TV listeners for CBC and SRC. In Lloydminster, it is 32%.

• 1200

Mr. McKinnon: Is the presence of a cable system in a community or a cable system in the largest community of a market impacting negatively or positively on your data here?

Mme Laverdure: L'écoute du câble est très différente d'un marché à l'autre et, dans certains marchés canadiens, elle représente une portion très importante de l'écoute totale de la télévision.

Mr. McKinnon: That's right. I point it out because I think in western Canada you have a lot of communities not serviced by a cable system that would still make up a significant portion of those markets.

I share the same views as our chair on the value of your data. I've never seen it presented in that fashion, so I compliment you.

The last question I have is on a comment I think I heard you make. If radio advertisements were allowed on a limited or a wide–open basis, would that affect the revenues of the television industry? I'm talking about SRC and CBC.

Mr. Vary: Radio revenues affecting TV revenues?

Mr. McKinnon: Yes.

Mr. Vary: It's very hard to say. My first answer would be to say not necessarily.

Mr. McKinnon: Okay, but you haven't done an analysis of that, have you?

Mr. Vary: No.

Mr. McKinnon: Okay.

Le président: Il est midi et vous avez été très patients. Ce fut très intéressant et on vous remercie beaucoup. Encore une fois, nous vous offrons nos excuses pour ce délai qui n'était pas négociable.

Mme Laverdure: Merci beaucoup.

Le président: La séance est levée.

M. McKinnon: La présence d'un câblodistributeur dans une collectivité, ou dans une plus grande région d'un marché a–t–elle un effet négatif ou positif sur vos données?

Mrs. Laverdure: Cable audiences vary a lot from one market to another; and in some Canadian markets, it represents a very large proportion of total TV listeners.

M. McKinnon: C'est exact. Je le signale parce que je pense que dans l'Ouest du pays, beaucoup de collectivités n'ont pas les services d'un câblodiffuseur qui représenterait, autrement, une part importante de ces marchés.

Je partage l'opinion de notre président au sujet de la valeur de vos données. Je ne les avais jamais vues présentées de cette façon, et je vous en félicite.

Ma dernière question va porter sur un commentaire que je crois vous avoir entendu formuler. Si l'on permettait la publicité à la radio, d'une manière restreinte ou tout à fait libre, cela aurait–il un effet sur les recettes du secteur de la télévision? Je parle de la SRC et de la CBC.

M. Vary: Les recettes de la radio auraient–elles un effet sur celles de la télévision?

M. McKinnon: Oui.

M. Vary: Je vous dirais d'emblée que ce ne serait pas nécessairement le cas.

M. McKinnon: Bien. Vous n'avez pourtant pas fait d'analyse de cela, n'est–ce pas?

M. Vary: Non.

M. McKinnon: Bien.

The Chair: It is now 12 and you have been very patient. This was very interesting and we would like to thank you very much. Once again, we apologize for this non–negociable delay.

Mrs. Laverdure: Thank you very much.

The Chair: The meeting is adjourned.

MAIL ➤ POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid / Port payé
Lettermail / Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the Association of Canadian Advertisers Inc.:

Adrian Sark, Chairman;

Joan Curran, Vice–President, Marketing.

From the «Conseil des directeurs médias du Québec»:

Jocelyne Laverdure, President;

François Vary, Board member.

TÉMOINS

De «Association of Canadian Advertisers Inc.»:

Adrian Sark, président;

Joan Curran, vice–présidente, Marketing.

Du Conseil des directeurs médias du Québec:

Jocelyne Laverdure, présidente;

François Vary, membre du conseil d'administration.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

CA1
XC68
-C13

Government
Publication

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 42

Tuesday, November 15, 1994

Chair: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 42

Le mardi 15 novembre 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of the Canadian Broadcasting Corporation

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la Société Radio–Canada

---

WITNESS:

(See back cover)

TÉMOIN:

(Voir à l'endos)

LIBRARY
DEC 14 1994
University of Toronto

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chair: John Godfrey

Vice–Chairs: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Associate Members

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidents: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakvillle—Milton)
Jan Brown (Calgary–Sud–Est)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Membres associés

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

TUESDAY, NOVEMBER 15, 1994
(49)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 9:12 o'clock a.m. this day, in Room 209, West Block, the Chair, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Jan Brown, John Cannis, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Acting Member present: John Richardson for Albina Guarnieri.

Associate Member present: Simon de Jong.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witness: From the Canadian Radio–Television and Telecommunications Commission: Keith Spicer, Chairman.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee resumed its study of the Canadian Broadcasting Corporation (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Thursday, September 22, 1994, Issue No. 26*).

The witness made an opening statement, and answered questions.

At 11:01 o'clock a.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE MARDI 15 NOVEMBRE 1994
(49)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 9 h 12, dans la salle 209 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Jan Brown, John Cannis, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Membre suppléant présent: John Richardson remplace Albina Guarnieri.

Membre associé présent: Simon de Jong.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoin: Du Conseil canadien de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes: Keith Spicer, président.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité poursuit son étude de la Société Radio–Canada (*voir les Procès–verbaux et témoignages du jeudi 22 septembre 1994, fascicule nº 26*).

Le témoin fait un exposé et répond aux questions.

À 11 h 01, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Tuesday, November 15, 1994

• 0913

The Chair: We have but one subject on our agenda today, and that is a discussion with Keith Spicer, the head of the CRTC. We will ask Mr. Spicer to make his opening remarks once the cameras have withdrawn.

Mr. Spicer, welcome.

Mr. Keith Spicer (Chairman, Canadian Radio–television and Telecommunications Commission): We're all going to be famous on TV after this.

Thank you, Mr. Chairman and members of the committee, *mesdames and messieurs*. I have a very brief statement. I wanted to leave the maximum time for questions, which I guess might be your preference as well.

• 0915

The commission has suggested for some time now that the role, mandate and financing the CBC should be the subject of frank, open and constructive public discussion. We therefore welcome this opportunity to participate in the committee's review process. I'll attempt to answer your questions to the best of my ability and I'll be as forthcoming as possible.

I'd like to underline a number of points. First, the CRTC, like the CBC, is a creature of Parliament. Like the CBC, we must work within the mandate and conditions set out in the Broadcasting Act. The comments I am here to provide are meant to help shed some light on the questions facing your committee from the vantage point of the 26 years of experience the commission has in its dealings with the CBC.

I would like to touch on three aspects: first, the role of public broadcasting in the CBC; second, the conclusions reached and priorities set by the commission in its renewal decision of the corporation's English–and French–language television networks earlier this year; and third, the mandate of the CBC.

The public broadcaster has played, is playing, and must play an even more vital, unique role within our broadcasting system to reflect the Canadian experience to Canadians and the world. The public broadcaster is the one component of the system whose mandate can focus entirely on presenting Canada to all Canadians, unlike the private sector, which faces considerable commercial pressures.

The defining and interpreting of this in cultural and social mandates is woven into every discussion about the CBC. It was vividly clear during the commission's public process reviewing the corporation's TV network licences earlier this year.

Most people would agree that the CBC's radio services are meeting public expectations, and I would say probably the French television network has great popularity for its audience. The focus now must be on TV, particularly English–language TV, which has a number of special problems, to find innovative solutions to strengthen its contribution.

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le mardi 15 novembre 1994

Le président: Il n'y a qu'un article à l'ordre du jour, soit la comparution de M. Keith Spicer, directeur du CRTC. Monsieur Spicer fera une allocution dès que les caméramans se seront retirés.

Monsieur Spicer, soyez le bienvenu.

M. Keith Spicer (président, Conseil canadien de la radiodiffusion et de la télécommunication): Nous serons tous des célébrités de la télévision après cela.

Merci, monsieur le président et membres du comité, *ladies and gentlemen*. Je ferai une brève allocution. Je veux laisser le plus de temps possible pour la période des questions, ce que vous préférez sans doute aussi.

Le CRTC soutient depuis déjà quelque temps que le rôle, le mandat et le financement de la SRC doivent faire l'objet d'une discussion publique franche, ouverte et constructive. Nous accueillons donc favorablement cette occasion qui nous est offerte de participer au processus d'examen du comité. Je tenterai de répondre à vos questions de mon mieux et aussi ouvertement que possible.

Permettez–moi les quelques remarques suivantes: tout d'abord, le CRTC, comme la SRC, rend des comptes au Parlement et, comme la SRC, nous sommes liés par le mandat et les conditions qui sont énoncées dans la Loi sur la radiodiffusion. Les observations que je vais vous livrer visent à faire la lumière sur les questions dont le comité est saisi—en puisant dans l'expérience des rapports que le conseil entretient avec la SRC depuis 26 ans.

J'aimerais aborder trois points distincts—le rôle de la radiodiffusion publique et de la SRC; les conclusions auxquelles le Conseil est parvenu et les priorités que nous avons établies lors du renouvellement des licences des réseaux de télévision anglais et français de la SRC, plus tôt cette année; et, enfin, le mandat de la Société.

De tout temps, la SRC a joué et doit continuer de jouer un rôle unique, crucial, au sein de notre système de radiodiffusion, soit celui de refléter le Canada auprès des Canadiens. . . et du monde entier. Ce radiodiffuseur public représente la seule composante du système dont le mandat peut être axé exclusivement sur la présentation du Canada aux Canadiens—contrairement au secteur privé qui subit d'incontournables pressions commerciales.

La définition ou l'interprétation de ce mandat culturel et social caractérise chacune des discussions au sujet de la SRC. C'est ce qui est manifestement ressorti de l'instance publique du CRTC sur le renouvellement des licences des réseaux de télévision de la société, plus tôt cette année.

La plupart conviendront sans doute que les services radiophoniques comblent les attentes du public. Ce qui importe, maintenant, c'est de mettre l'accent sur les services de télévision afin de trouver des solutions novatrices pour renforcer leurs contributions.

[*Texte*]

Et maintenant, les conclusions et les priorités établies dans les récentes décisions du CRTC.

Voici sommairement les conclusions auxquelles le Conseil est parvenu et qu'il a établies comme priorités en matière de programmation pour la prochaine période d'application des licences. Nous avons demandé une augmentation du contenu canadien dans la programmation présentée l'après-midi au réseau anglais. Nous nous attendons à ce que le réseau anglais augmente sensiblement la programmation destinée aux adolescents et aux préadolescents.

Nous avons également demandé que la Société diffuse pas moins de 5,5 heures de dramatiques par semaine sur les deux réseaux pendant les heures de grande écoute. Enfin, le Conseil s'attend à ce que la Société augmente la programmation consacrée aux arts de la scène sur le réseau anglais et réexamine le rôle des émissions sportives.

Le Conseil ne s'est pas occupé des affectations budgétaires de la Société. Il ne peut pas anticiper la direction de la SRC dans ses décisions relatives aux affaires internes courantes. Pas plus qu'il ne peut s'ingérer dans les affaires des autres titulaires ou tenter des les microgérer. Le Conseil est conscient des questions graves et complexes auxquelles est confronté le président de la SRC pour ce qui est de faire face aux restrictions budgétaires, tout en continuant de remplir le mandat que le Parlement lui a confié.

De temps à autre, on entend des commentaires au sujet de l'efficience de la SRC. Je ne peux rien dire à ce sujet, sauf réitérer la position du Conseil, que nous avons exprimée lors du renouvellement des licences des réseaux de télévision et selon laquelle c'est au vérificateur général qu'il incombe d'évaluer le comportement de la Société à cet égard.

Finally, there is the issue of the mandate of the CBC. Let me suggest some guiding principles for this discussion. First, the survival and success of the CBC demand a unique, sharp, and compelling positioning in the forthcoming multichannel universe that should be as Canadian as possible.

Second, any discussion of the CBC's budget must parallel the discussion of the CBC's mandate. The CBC has reached the point where a cut in one cannot be accomplished without changing the other. The corporation is often a victim of competing public expectations, with constraints on both funding and available air time. Choices have to be made, so the committee may decide to recommend curtailment of some of the CBC's activities. If so, a minimum requirement should be that the corporation be given the resources to do well within the mandate set by Parliament.

En conclusion, je répondrai avec plaisir à vos questions, mais permettez-moi d'abord quelques mises en garde.

Premièrement, le CRTC ne détient aucun pouvoir exécutif à l'égard de la SCR. Il a seulement un pouvoir de réglementation.

• 0920

Deuxièmement, étant donné que je parle au nom du Conseil, je m'en tiendrai aux paramètres établis dans la décision du Conseil portant sur la Société.

[*Traduction*]

And now let us look at the conclusions and priorities set out in recent CRTC decisions.

In brief, the Commission drew the following conclusions, and set them out as programming priorities for the new licence term. It called for an increase in Canadian content in the afternoon periods on the English network. It expected the English network to increase substantially its programming for teens and pre-teens.

It called upon the CBC to attain a level of not less than 5.5 hours per week of drama production in prime time on both networks. The Commission also expected the CBC to increase its performing arts programming on the English network, and to reconsider the role of sports programming.

The Commission did not get involved in the allocation of the Corporation's budget. It cannot second guess CBC management on internal, day to day decisions. Nor does it interfere with, or micro-manage, other licences. The Commission recognizes the serious, complex issues facing the CBC president in trying to meet budgetary restrictions, while continuing to meet the current mandate from Parliament.

From time to time one hears comments about the CBC's efficiency. I can't comment on this other than to restate the Commission's position expressed in its TV networks renewal decision that an assessment of the Corporation's conduct in this respect is the responsibility of the Auditor General.

Enfin, le mandat du CRTC. Permettez-moi de vous suggérer quelques principes directeurs pour le débat sur cette question. Premièrement, pour survivre et connaître du succès, la SRC doit se tailler une niche unique, précise et incontestable dans l'univers aux multiples canaux — une niche qui devrait être canadienne dans toute la mesure du possible.

Deuxièmement, toute discussion portant sur le budget de la SRC doit coïncider avec une discussion de son mandat: la SRC en est rendue au point où une compression de l'un ne peut se faire sans un changement de l'autre. La Société est souvent victime d'attentes contradictoires de la part du public — de restrictions sur le plan à la fois du financement et du temps d'antenne disponible. Des choix s'imposent. Par conséquent, le comité pourrait décider de recommander la suppression de certaines activités de la SRC. Le cas échéant, il conviendrait, à tout le moins, que la Société obtienne les ressources nécessaires pour bien accomplir ce que le Parlement continuera de lui confier.

To conclude, I'll be pleased to answer your questions, but let me note several caveats.

First, the CRTC has no executive authority over the CBC — only regulatory authority.

Second, since I'm speaking on behalf of the entire Commission, I will keep within the parameters set out in the CRTC's decision concerning the Corporation.

[*Text*]

Troisièmement, si vous désirez aller au–delà des opinions que le Conseil a exprimées dans ses décisions, je ne pourrai répondre que par des généralités.

Now, Mr. Chairman, I'm at your disposal.

The Chair: Thank you very much, Mr. Spicer. We will proceed in our usual fashion.

Madame Tremblay, est–ce que vous partagez du temps ou vous allez être toute seule?

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): On va probablement partager, cela va dépendre de la longueur des réponses.

Le président: De toute façon, il y aura plusieurs tours.

Mme Tremblay: Monsieur Spicer, bonjour.

M. Spicer: Bonjour, madame.

Mme Tremblay: Je vais essayer de me limiter aux paramètres que vous nous avez donnés pour les questions.

Tout d'abord, quand Radio–Canada a comparu devant le CRTC et qu'il a été porté à l'attention du Conseil que Radio–Canada consacrait 37 p. 100 de son budget à la francophonie et 63 p. 100 pour CBC, il semblerait, d'après les informations que j'ai, que le Conseil trouvait cela correct.

Dans le mandat de Radio–Canada, il est dit qu'on doit donner des services équivalents dans les deux langues. Donc, je me suis mise à réfléchir. Depuis le début que les gens comparaissent devant nous, j'essaie de comprendre comment on peut juger que c'est équitable et que c'est juste de donner 37 p. 100 d'un budget à la francophonie et 63 p. 100 aux anglophones, alors que la télévision francophone connaît énormément de succès et que le problème à CBC c'est la télé anglophone.

Cela semblerait prouver hors de tout doute qu'on n'a pas besoin d'argent pour faire de la télévision et que peut–être s'il y avait quelque chose à couper, c'est à CBC qu'il faudrait couper. Ou, peut–être qu'on devrait demander aux francophones d'aider la CBC à faire de la télévision pour que ce soit populaire. Je ne sais pas trop mais il y a un problème là.

Je me suis mise à réfléchir. À Montréal, on a deux gros hôpitaux, le *Children's Memorial Hospital* et l'Hôpital Sainte–Justine. Je me suis demandé, si vous aviez à juger le gouvernement du Québec, si on donnait, dans une très grande générosité—parce qu'il paraît que les anglophones sont très généreux de donner 37 p. 100 de leur budget pour la télévision francophone, étant donné qu'on ne représente que 25 p. 100 de la population—donc, dans un grand geste de générosité, si on donnait 25 p. 100 du budget de l'Hôpital Sainte–Justine au *Children's Memorial Hospital* pour gérer son hôpital chez les anglais, de façon à dire, étant donné qu'ils sont juste 10 p. 100 de la population, on va être généreux, on va leur donner 25 p. 100 du budget de l'Hôpital Sainte–Justine et on va leur demander de faire exactement la même chose, et on va s'attendre à la même chose. Qu'en pensez–vous? Cela a–t–il du bon sens de raisonner ainsi?

M. Spicer: Je ne suis pas expert en matière d'hôpitaux, mais puisque vous posez une question fondamentale très importante, et si vous avez la patience, je voudrais vous répondre avec un certain détail en ce qui concerne Radio–Canada.

[*Translation*]

And third, if you would like to go beyond the views expressed by the Commission in its decisions, I can only respond in general terms.

Je suis à votre disposition, monsieur le président.

Le président: Merci beaucoup, monsieur Spicer. Nous allons passer aux questions de la manière habituelle.

Mrs. Tremblay, are you sharing your time or will you be using it alone?

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): We will probably share, but it will depend on the length of the answers.

The Chairman: In any event, there will be several rounds.

Mrs. Tremblay: Good morning, Mr. Spicer.

Mr. Spicer: Good morning, madam.

Mrs. Tremblay: I will try to limit my questions to the parameters you have set out.

First of all, when the CBC appeared before the CRTC and the Commission learned that the CBC allocated 37% of its budget to French–language services and 63% for the English network, it would seem that the Commission found that appropriate, according to my information.

The CBC's mandate states that equivalent services must be provided in both languages. Therefore, I began to think about this. Ever since people began appearing before us, I've been trying to understand how anyone can say that it is fair and equitable to allocate 37% of a budget to Francophones and 63% to Anglophones, when the fact is that the French–language television network is extremely successful while the problem at the CBC is English television.

That would seem to prove beyond a shadow of a doubt that you don't need money to produce television programming and that if anything should be cut, perhaps it should be cut on the CBC English network side. Or perhaps we should ask Francophones to help the CBC English network produce programs that are popular. There's some problem there although I'm not quite sure what it is.

So I began to think about this. In Montreal, there are two large hospitals, the Children's Memorial Hospital and l'Hôspital Sainte–Justine. I asked myself that if you had to judge the Quebec government, which in its great generosity gave—because apparently Anglophones are very generous to give over 37% of their budget to French–language television since we only represent 25% of the population—so, as I said if in a grand gesture of generosity the government allocated 25% of Sainte–Justine's budget to the Children's Memorial Hospital to administer an English–language hospital, and given that Anglophones only make up 10% of the population, this would be very generous. We'll give them 25% of Sainte–Justine Hospital's budget and ask them to do exactly the same thing, and we expect the same from them. What are your thoughts on this? Does this reasoning make any sense?

Mr. Spicer: I'm no expert in hospital administration, but since you're asking a very important and basic question, with your patient indulgence I would like to answer in detail concerning Radio–Canada.

[*Texte*]

Mme Tremblay: Oui.

M. Spicer: D'entrée en matière, vous savez que c'est le président de Radio–Canada et la haute direction qui a la faculté de décider, au terme de son mandat de gestionnaire, de l'allocation de la distribution des fonds.

Je ne veux pas jouer au Ponce Pilate, mais vous voulez une réponse qui éclaire un peu la question. Je vais essayer de le faire sous trois chapitres.

D'abord, les différentes perspectives que l'on peut apporter à cette question. L'idée de diviser les fonds 50 p. 100 pour les francophones et 50 p. 100 pour les anglophones est une idée tout à fait valable. Il y en a d'autres, il y a d'autres perspectives, et je ne préjuge rien. Je n'ai pas d'opinion sur la valeur de l'une ou l'autre de ces hypothèses ni de ces perspectives, mais je vous les rappelle en mémoire pour rappeler qu'il y a au Canada plus d'un point de vue.

Je crois que d'autres critères, d'autres hypothèses seraient une division selon la population — vous même vous l'avez rappelé. À ce compte–là 75 p. 100 anglophone, 25 p. 100 francophone.

Il y a une autre possibilité. Selon la contribution fiscale — puisque vous parlez de générosité, je me situe dans vos termes, pas les miens — je crois que à peu près. . .

Mme Tremblay: Je dois vous interrompre, monsieur Spicer. Excusez–moi, mais je vais vous retourner — je ne sais pas si vous les avez devant vous — aux décisions du CRTC. C'est le CRTC qui a entériné la disparité dans l'allocation des ressources. C'est le CRTC qui a dit que Radio–Canada étaient généreux de nous donner 14 p. 100 de plus que le poids de notre population. C'est le CRTC qui a dit que cela respectait la Loi de la radiodiffusion et de la télédiffusion, que les deux réseaux étaient équivalents à 37–63. J'ai pris vos mots pour vous parler, pour que vous me compreniez très bien, mais je parle du CRTC. C'est tout le CRTC qui a dit cela. Je n'invente rien.

[*Traduction*]

Mrs. Tremblay: Yes.

Mr. Spicer: First of all, the president of the CBC and senior management are empowered to make decisions on the allocation of funds, in accordance with their mandate as managers.

I don't want to play Pontius Pilate here, but you want an answer that sheds light on the issue. I will try to explain this in three parts.

First of all, there are various viewpoints on this question. The notion of dividing funds 50/50 for Francophones and Anglophones is perfectly valid. There are other formulae, there are other viewpoints, and I'm not prejudging any of them. I have no opinion on the value of any of these assumptions or viewpoints, but I' simply reminding you that there is more than one view on this subject in Canada.

I believe that other criteria, other hypothesis would be to divide the funds according to population as you yourself pointed out. Thus it would be 75% Anglophone and 25% Francophone.

There is another possibility, it could be done according to tax contributions — since you're talking about generosity, I'm using your terms and not my own — I think that approximately. . .

Mrs. Tremblay: I must interrupt you, Mr. Spicer. I'm sorry, but I would like to direct you to CRTC's decisions; I don't know if you have them before you. The CRTC itself approved this disparity in the allocation of resources. It's the CRTC that said that the CBC was generous in giving us 14% more than our population warrants. It's the CRTC that said that this was in compliance with the Broadcasting Act and that both networks were equivalent with a 37–63 split. I used your words to express myself, so that you would understand me clearly, but I'm talking about the CRTC. The CRTC said all this. I didn't invent it.

• 0925

M. Spicer: Non, non. Voulez–vous que je complète ma réponse?

Mme Tremblay: Oui.

M. Spicer: Je voulais donner une réponse qui est claire. Je ne veux pas faire autre chose que d'éclairer la situation.

Donc, il y a des gens au Canada anglophone qui pourraient dire que la façon normale de diviser l'argent de Radio–Canada, ce serait 75–25, ou encore si vous preniez le critère fiscal, à peu près 80–20.

Le troisième critère pourrait être les recettes publicitaires. Je crois que 67 p. 100 des recettes publicitaires à la télévision viennent de la chaîne anglaise.

Mme Tremblay: Parce qu'ils engagent plus de monde pour vendre de la publicité.

M. Spicer: Je vous donne les chiffres. Je ne donne pas d'explication. Je veux seulement vous dire qu'autour de cette table, je crois, il y a des gens de différentes parties du Canada qui peuvent avoir d'autres critères que celui que vous avez mentionné.

Donc, il y a des gens qui pourraient dire que la contribution fiscale, ou la contribution des recettes publicitaires serait aussi un moyen de juger de l'équité ou de la générosité. Nous parlons ici, quoi que l'on dise — et je pense que vous êtes prête à

Mr. Spicer: No, no. Would you like me to finish my answer?

Mrs. Tremblay: Yes.

Mr. Spicer: I wanted to give you a clear answer. The only thing I want to do is shed light on the situation.

Therefore, there are people in English Canada who could say that the normal way of dividing the CBC funds would be 75–25, or if you use tax revenue as the main criterion, it would be about 80–20.

The third criterion could be advertising revenue. I believe that 67% of the television advertising revenue comes from the English network.

Mrs. Tremblay: Because they hire more people to sell advertising.

Mr. Spicer: Let me give you the figures. I'm not giving an explanation here. I simply want to point out that I think that around this table, there are people from different parts of Canada who have criteria different from those you mentioned.

So there are some who could say that tax contributions or advertising revenue would be another way to judge fairness or generosity. Whatever might be said about this, we're talking about a considerable subsidy to the French network by the

[*Text*]

l'admettre—d'une subvention considérable de la part de la chaîne anglaise vers la chaîne anglaise. Que vous appeliez cela généreux ou non, je n'ai pas d'adjectif. Je décris. Je donne seulement des faits.

Deuxièmement, les compromis canadiens en matières culturelles—parce que je sens que votre question dépasse Radio–Canada—vous avez parlé d'hôpitaux, moi, je me limite au domaine de la culture.

Mme Tremblay: C'est une analogie, monsieur.

M. Spicer: D'accord. Alors, par analogie, je parle d'autres exemples, mais dans le domaine de la culture. Je crois que, au nom de Radio–Canada qui a son compromis de 63–37 p. 100, en ce qui concerne la programmation, à Telefilm et à l'ONF, c'est plutôt 40 et même 45 p. 100 pour les francophones. Je ne donne pas d'adjectif. Je vous décris.

En ce qui concerne la politique culturelle du Canada à l'étranger, les chiffres les plus récents indiquent que le Québec seul reçoit 52 p. 100 de tout l'argent pour la culture à l'étranger; l'Ontario, 17 p. 100; la Colombie–Britannique, 5 p. 100; l'Ouest, en général, 10 ou 12 p. 100.

Je vous donne cela à titre indicatif, parce que je crois que derrière votre question se pose une interrogation honnête pour savoir si le Canada anglophone traite avec équité ses compatriotes francophones.

Un autre exemple pourrait être TVOntario, un autre titulaire du CRTC. TVOntario est la chaîne éducative d'État de la province de l'Ontario, province officiellement unilingue, comme le Québec, qui a une population de 5 p. 100 de francophones, mais qui a une chaîne qui diffuse 18 heures par jour de très bonnes émissions en français. Je ne demande certainement pas que Radio–Québec en fasse autant pour les anglophones. J'établis seulement un parallélisme pour indiquer que le Canada anglophone, dans son ensemble, ne cherche pas à malmener les francophones. Loin de là. Très loin de là.

Une troisième circonstance, et je me réfère à la Loi sur la radiodiffusion qui dit que Radio–Canada doit tenir compte de la situation et des besoins particuliers des deux collectivités linguistiques, anglophone et francophone.

Prenons trois exemples, trois critères. D'abord, les goûts des téléspectateurs. Je pense qu'il y a des goûts différents—vous seriez la première à l'admettre—des goûts différents selon la culture des gens.

Je pense qu'au Québec, pour toutes sortes de très bonnes raisons historiques et culturelles, on aime, par exemple,—et ce n'est pas tout, mais c'est un exemple—on adore les téléromans qui sont écrits génialement par un nombre impressionnant d'excellents rédacteurs. Ils ne coûtent pas si cher que d'autres types d'émissions comme des longues séries, des dramatiques de deux heures, ou encore certains types de documentaires.

• 0930

Au Canada anglophone, on a tendance à beaucoup aimer les documentaires, les nouvelles, et il y a un investissement plus grand du côté des nouvelles. C'est un premier critère qui représente. . .

[*Translation*]

English network. I think you are prepared to admit that. Whether you can call that generous or not, I am not using any particular qualifier. I'm just describing the situation, just stating the facts.

Secondly, Canadian compromises in cultural matters—because I can feel that your question goes beyond the issue of Radio–Canada—you talked about hospitals, whereas I'm limiting myself to the area of culture.

Mrs. Tremblay: That was an analogy, sir.

Mr. Spicer: Allright. So by analogy, I can use other examples, but in the area of culture. So the CBC has its 63–37% compromise for programming, at Telefilm and the NFB it's closer to 40% and even 45% for Francophones. I'm not using any qualifier here. I'm describing what is happening.

With regard to Canada's cultural policy abroad, the most recent figures indicate that Quebec alone receives 52% of all the funds spent on culture abroad; Ontario receives 17%; British–Columbia, 5%; and the Western provinces generally 10% or 12%.

I'm giving you these figures as an indication, because I think that what underlies your question is an honest attempt to find out if English Canada treats its Francophone compatriots fairly.

Another example could be TVOntario, another CRTC licensee. TVOntario is the government educational network of the province of Ontario, an officially unilingual province like Quebec, whose population is 5% Francophone but that has a network that broadcasts excellent French–language programs 18 hours a day. I'm certainly not asking that Radio–Quebec do the same for Anglophones. I'm simply establishing a parallel to indicate that on the whole, English Canada does not try to mistreat Francophones. Far from it; very far from it.

A third circumstance, and I'm referring to the Broadcasting Act that states that CBC must take into account the situation and specific needs of the two language communities, Anglophone and Francophone.

Let us take three examples, three criteria. First of all, audience preferences. I think there are different tastes, and you will be the first to admit this, different tastes according to people's culture.

For instance, in Quebec, for all kinds of very good historical and cultural reasons, people love drama serials that are extremely well written by an impressive number of excellent writers. This is not all that people like, but it's one example. These serials do not cost as much as other types of programs such as long series, two–hour dramas or even certain types of documentaries.

In English Canada, people tend to like documentaries a great deal, as well as news programs, and there's therefore a larger investment on the news side. That's a first criterion that represents—

[*Texte*]

Mme Tremblay: Monsieur Spicer, ce n'est pas qu'on a tendance à aimer plus cela. Radio-Canada donne 7 000$ pour faire une heure de *Téléjournal*, et il en donne 18 000$ pour faire *The Journal* ou *Prime Time*. C'est bien évident qu'on fait de la chaise musicale à l'émission *Le Point*, alors qu'on fait des documentaires à la télévision anglaise. Ce n'est pas une question de goût. C'est une question de budget.

M. Spicer: Je pense qu'il y a quand même... Mais vous, vous croyez à la culture distincte du Québec, je crois?

Mme Tremblay: Bien sûr.

M. Spicer: Alors, vous croyez donc aussi...

Mme Tremblay: Mais on aimerait aussi avoir des reportages. Prenez-nous pas pour des imbéciles. Faire de la chaise musicale, là...

M. Spicer: Eh bien, non. Je n'ai jamais...

Mme Tremblay: Au moins, il n'y a rien que du monde assis. Il n'y avait rien d'autre que cela.

M. Spicer: Non. Vraiment. Permettez-moi de vous dire très poliment, je ne traiterais jamais...

Mme Tremblay: Je veux être polie, mais restez en à ma question.

M. Spicer: Madame, je ne traiterais jamais les députés d'imbéciles. Loin de là. Mais si vous affirmez que le Québec a une culture distincte, je crois que, par ricochet, vous admettez que le Canada anglophone aussi a une culture distincte, et peut avoir des goûts...

Mme Tremblay: Oui. Mais c'est plus facile de faire des bonnes émissions quand on a 18 000$ pour les faire au lieu d'avoir 7 000$. Voyons donc!

M. Spicer: Je continue. Je continue.

Mme Tremblay: Cela frappe la tête. Il me semble que c'est évident.

M. Spicer: Sur les coûts d'acquisition... J'achève rapidement. Les coûts d'acquisition des émissions. Vous n'êtes pas sans savoir que quand des réseaux achètent des émissions à l'étranger, par exemple, à Hollywood, que l'on paye selon la population cible. Six millions de francophones au Québec, 22 millions d'anglophones.

Je vous explique seulement des faits. Le marché anglophone doit payer quatre ou cinq fois plus cher pour la même émission. C'est une caractéristique différente, drôlement différente. Et la dernière différence est radicale. C'est que la compétition pour les émissions au Canada anglophone est totalement différente.

Le Québec n'a pas, à côté de son territoire, un pays comme la France. Je pense que je vous l'ai dit à notre dernière rencontre, comme si la France se trouvait sur le territoire de l'État de New York, et que Plattsburgh était Lyon et New York était Paris, vous verriez de drôles de changements dans la programmation au Québec et dans l'émigration de vos artistes. C'est ce qui arrive au Canada anglophone. Un nombre considérable de nos artistes doivent partir à Hollywood.

C'est là où sont les grandes opportunités professionnelles, au-delà d'un certain niveau, et en plus, les réseaux anglais du Canada doivent concurrencer les plus grandes chaînes américaines qui dépensent des sommes fabuleuses sur une base horaire. Donc, pour égaliser les valeurs de production, il faut investir beaucoup plus. Cela est un fait, pure et simple.

[*Traduction*]

Mrs. Tremblay: Mr. Spicer, it's not that people tend to like something better. Radio-Canada spent $7,000 to produce one hour of the *Téléjournal*, and the CBC spends $18,000 to produce *The Journal* or *Prime Time* news. Of course you have nothing but musical chairs on *Le Point*, whereas you see documentaries on English-language television. That's not a question of taste. It's a question of budget.

Mr. Spicer: I still think that—But you personally believe in Quebec's distinct culture, don't you?

Mrs. Tremblay: Of course.

Mr. Spicer: So you also believe that—

Mrs. Tremblay: But we'd also like to have documentary reports. Don't take us for fools. Playing musical chairs is—

Mr. Spicer: Well, no. I never—

Mrs. Tremblay: All you see is people sitting around. There's nothing else.

Mr. Spicer: No, really. Allow me to say very politely that I would never treat—

Mrs. Tremblay: I want to be polite, but stick to my question.

Mr. Spicer: Madam, I would never take members of Parliament for fools. Far from it. But if you state that Quebec has a distinct culture, I believe that consequently admitting that English Canada also has a distinct culture, and may have tastes that—

Mrs. Tremblay: Yes, but it's easier to produce good programs when you have $18,000 to work with rather than $7,000. Come on!

Mr. Spicer: Let me continue. Let me continue.

Mrs. Tremblay: It's so obvious, it's striking. It seems to me that it's obvious.

Mr. Spicer: With regard to acquisition costs... I will finish quickly. The acquisition costs of programming. As you know, when networks buy programs abroad, for instance in Hollywood, they pay according to the target audience. Six million Francophones in Quebec, 22 million Anglophones.

I'm simply explaining the facts. The Anglophone market must pay four or five times more for the same program. That's a very different characteristic, extremely different. And the last difference is radical. The competition for programming in English Canada is completely different.

Quebec doesn't have a country like France right next door to it. I think that I told you during our last meeting that if France was in the territory of the State of New York and that Plattsburgh was Lyon and New York City was Paris, you would see radical changes in Quebec programming and in the immigration patterns of your artists. That's what happens in English Canada. A considerable number of our artists must go to Hollywood.

That is where they have major career opportunities, beyond a certain level, and in addition, Canadian English networks have to compete with the largest American networks that spend absolutely fantastic amounts on an hourly basis. So in order to equalize their production values, they have to invest a lot more. That's a fact, pure and simple.

[*Text*]

En conclusion, si vous prenez le chiffre 50–50, dans l'abstrait, évidemment, cela a l'air tentant, cela a l'air séduisant. Mais si vous regardez l'ensemble de ces critères et de ces réalités pour fonder surtout les réalités différentes aux termes de la Loi, je pense que vous conviendrez que le contexte global donne une toute autre impression. La situation est infiniment plus complexe qu'une relation 50–50. Il faut réellement faire quelques devoirs dans la matière pour voir toute la complexité de l'affaire.

Cela dit, je vous ai promis un petit essai explicatif, j'espère un peu éducatif, simplement pour situer le débat. Voilà.

Le président: Merci bien. On pourrait toujours revenir à ce point–là.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): This past week I was in Winnipeg attending the Canadian Association of Broadcasters conference. I was very taken with the broad range of opinions from negative to positive regarding the future of broadcasting in Canada. I was particularly taken by a certain panel member. Her name is Linda Rankin and I believe she's president of the Women's Television Network. This is the new specialty channel due to begin broadcasting in January.

I was taken with her presentation because she is the very first person in broadcasting I have heard speak about broadcasting in terms of a system. She looked at interdependency in all the broadcasting areas. In her opinion, the systemic nature of broadcasting in both the private and public sectors was worthy of a positive feature.

This has implications for me with regard to the CBC mandate. In the deliberations we've had here I have focused a lot on mandate because it has to be the beginning point from which we develop any kind of recommendations. I know you have placed it third on your list, but it's first on mine.

• 0935

I would like you to give me your opinion regarding a systemic approach to the CBC and how it fits in with the CRTC and all of the other elements of broadcasting—it's a very big question—but also the implications this has for a redesigning of our mandate. You say that the survival and success of the CBC demand a unique, sharp and compelling positioning. My concern is that there is an egocentric approach to CBC demanding or having to have a compelling positioning, because we also have the rest of the broadcasting environment to consider. I'd like your comments on that, please.

Mr. Spicer: To pick up on that first point, the CRTC is simply the regulator of the broadcasting world, both public and private, so we don't have any pretension of intervening.

The word "compelling" was not meant, Mrs. Brown, to suggest that the CBC should be compelling anybody. I could have used another adjective, such as "attractive" or "seductive". That's what was meant by "compelling".

[*Translation*]

In conclusion, if you chose a 50/50 split in the abstract, of course it looks tempting. It's seductive. But if you look at all the criteria and all these realities and base these realities in terms of the legislation, I'm sure you would agree that the overall context gives quite a different impression. The situation is infinitely more complex than a 50/50 split. You really have to do your homework in this area to begin to see the complexity of the issue.

Having said that, I promised you a brief explanatory essay, which I hope was somewhat educational, simply to put the debate in its proper perspective. There you are.

The Chairman: Thank you very much. We may come back to that point.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): La semaine dernière, j'ai assisté à la conférence de l'Association canadienne des radiodiffuseurs à Winnipeg. J'ai été très impressionnée par la vaste gamme d'opinions, allant du négatif au positif, concernant l'avenir de la radiodiffusion au Canada. J'ai été particulièrement saisie par un membre du groupe. Elle s'appelle Linda Rankin et je crois qu'elle est présidente du Women's Television Network. Il s'agit d'un des nouvelles chaînes spécialisées qui doit commencer à diffuser en janvier.

J'ai été impressionnée par sa présentation, car elle est la première personne provenant du milieu de la radiodiffusion qui parle de son domaine en tant que système. Elle a examiné l'interdépendance de tous les secteurs de la radiodiffusion. À son avis, la nature systémique de la radiodiffusion, tant privée que publique, était une caractéristique très positive.

Pour moi, cela a des conséquences pour le mandat de Radio–Canada. Dans nos délibérations, nous avons beaucoup insisté sur le mandat car il doit être le point de départ de toute recommandation que nous pourrions formuler. Je sais que vous l'avez placé en troisième position sur votre liste, mais il est en première position sur la mienne.

J'aimerais que vous donniez votre opinion sur cette conception systémique pour ce qui est de Radio–Canada, dans la mesure où cela concerne également le CRTC et où cela s'articule sur le reste de l'univers de la radiotélédiffusion—c'est un sujet très vaste—mais j'aimerais savoir également comment cela peut nous aider à reconcevoir notre mandat. Vous dites que la survie et le succès de la SRC exige un positionnement très précis, persuasif, unique dans son genre. Ce qui m'inquiète c'est que l'on puisse déboucher sur une conception un peu égocentrique de la SRC, exigeant effectivement ce positionnement persuasif, alors qu'on doit par ailleurs tenir compte de tout le reste de l'environnement radiotélédiffusion. J'aimerais savoir ce que vous en pensez.

M. Spicer: Tout d'abord le CRTC est simplement l'instance de réglementation de la radiotélédiffusion, publique et privée, et nous n'avons pas la prétention d'intervenir.

Si j'ai parlé d'être «persuasif», il ne s'agissait pas, madame Brown, de vouloir persuader qui que ce soit. J'aurais pu utiliser un autre adjectif, tel que «attractif» ou «séduisant». Voilà ce que je voulais dire.

[*Texte*]

The point of positioning is, of course, uniqueness—sharp, unique. Different is really what it's about. Everybody knows this. The private and public broadcasters all know this. In a multichannel universe, whether it's 50, 100 or eventually 500, everybody knows you will not survive unless you're distinctive, unless you're really different. That's really all we're saying.

This is going to be just theoretical. Some people say that the CBC should take the leftovers. Let the private sector define what it wants to do and the CBC should do whatever is left over. That has a certain, I would say, initial attractiveness, but it has a lot of problems. The private sector quite legitimately has to move quickly with the market and might decide to change its programming overnight. If the CBC is trundling along trying to fill the gaps, it will never be able to develop a distinctive personality and attract its own audience.

We are living in a period of almost creative chaos. It's another of these transitions. Life is really a series of interminable transitions. The one we're in now is from the 20-channel universe to the 1,500, and then it explodes. I think from now on all the players have to watch what the other guys are doing and come up with zero-based new ideas that are really different. As society changes, as our culture changes, they're going to have to come up with new ideas.

Since you mentioned the new specialty services, I think you're going to find that these new services—six on the English side and two on the French, plus the movie channel—are going to redefine the whole universe in very interesting ways. They're going to put new pressures on all the players to find new niches. This is going to happen on the French side as much as the English, I think.

As regards the CBC, I think the CBC must have its own well-defined mandate, which could include the elements of being as Canadian as possible under the circumstances. As we all know, Peter Gzowski's contest found out for us. Second, it should be different from the others. Third, it should focus as much as possible on the public interest. On top of that—and I guess this is where we all have to be looking now—you have a multitude of specialized audiences: men, women, children, multicultural people, different language groups, and regional broadcasting. This is where it becomes devilishly difficult.

We have enormous sympathy for the leadership of the CBC. They have probably the toughest job in Canada right now. In a world where their budget is constantly being cut and new services are being added all the time, how can they fulfil this extremely rich and complex mandate and do it well? Our point of departure is that the CBC needs a lot of constructive comment. That's why this whole meeting is so useful, this whole investigation you're carrying out.

[*Traduction*]

Quant au positionnement, bien sûr, il s'agit de trouver une formule unique dans son genre, et précise. Il s'agit en quelque sorte d'être différent, c'est tout ce qui compte; tout le monde le sait. Les radiotélédiffuseurs privés et publics le savent. Dans un univers multi-canaux de 50, 100 ou peut-être finalement 500 canaux, votre survie dépend de ce qui vous distinque des autres, à moins que vous ne soyez à priori à part. Voilà ce que nous voulions dire.

Parlons simplement d'un point de vue théorique. Certains disent que la SRC devrait se contenter des restes. C'est-à-dire que le secteur privé devrait définir ce qu'il veut faire, et que la SRC prendrait ce qui reste. Évidemment au départ on peut se laisser tenter par l'idée, mais cela pose des tas de problèmes. Le secteur privé tout à fait à bon droit, doit s'adapter de façon très rapide au marché, et peut parfois décider du jour au lendemain une modification de programme. Si la SRC est à la traîne, et se contente de boucher les trous, elle ne pourra jamais développer une personnalité distincte, et avoir son propre public.

Nous traversons une ère de chaos créateur. Une autre de ces transitions dont est faite la vie, puisqu'elle est en fait une série de transitions interminables. Il s'agit maintenant de cette transition qui nous fait passer d'un univers de 20 canaux à un univers de 1 500 canaux, à savoir une véritable explosion. À partir de maintenant chaque joueur doit surveiller son voisin, et trouver des idées complètement neuves, réellement différentes. Au fur et à mesure que la société évolue, ainsi que notre culture, il va falloir présenter des idées nouvelles.

Puis que vous avez parlé des nouvelles chaînes thématiques, il y en a six du côté anglais et deux du côté français, plus chaîne réservée aux films, vous verrez que ces chaînes thématiques vont complètement bouleverser notre univers, de façon d'ailleurs très intéressante. Cela va exiger que des radiotélédiffuseurs découvrent de nouveaux créneaux. Ce sera le cas aussi bien du côté français que du côté anglais, à mon avis.

En ce qui concerne la SRC, je crois qu'il faut la doter d'un mandat propre et bien défini, qui pourrait notamment inclure l'obligation d'être aussi canadienne que possible, compte tenu des circonstances. Comme nous le savons tous, Peter Gzowski, dans son petit jeu concours, a trouver la réponse pour nous. Deuxièmement, elle doit être différente des autres. Troisièmement, elle doit accorder la plus grande importance à ce qui intéresse son public. Et de plus—je pense que c'est de ce côté que nous devrons tous nous tourner—il y a maintenant une multitude de publics spécialisés: les hommes, les femmes, les enfants, le secteur multiculturel, les groupes linguistiques, et les régions. Cela devient donc diablement difficile.

Nous avons beaucoup de sympathie pour la direction de la SRC. Elle a sans doute la mission la plus difficile qui soit, en ce moment. Alors que son budget fait l'objet de compressions permanentes, et que l'on ajoute par ailleurs de nouveaux services, comment la SRC peut-elle remplir cette mission extrêmement complexe et chargée, et le faire comme il faut? Nous partons du point de vue que tous les commentaires constructifs sont bienvenus. Voilà pourquoi une réunion comme celle-ci est si utile, vous faites un travail de recherche important.

[*Text*]

Mrs. Brown: Sometime, Mr. Spicer, you're going to have to tell me about the grand seduction the CRTC has planned for the broadcasting environment. What an interesting word to use—"seduction". In any event, I'll pass it over to you.

[*Translation*]

Mme Brown: Un jour, monsieur Spicer, vous me raconterez quelle est cette grande opération de séduction que le CRTC a planifié pour le milieu de la radiotélédiffusion. Voilà un mot intéressant: «séduction». Quoi qu'il en soit, je vous rends la parole.

• 0940

Mr. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Many of our witnesses have come before us and spoken in regard to the CBC's role in sport, particularly in the Olympics. In your document you say that we should reconsider the role of sports programming. I'm getting the implication that you are suggesting they get out of sports.

M. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Un bon nombre de témoins qui nous ont parlé de Radio–Canada, ont abordé son rôle dans le domaine du sport sur saison, et notamment des Jeux olympiques. Vous dites que nous devrions revoir toute cette question de la programmation sportive. J'ai l'impression qu'à votre avis Radio–Canada devrait se retirer de ce créneau.

Mr. Spicer: Not necessarily out of it. As I said earlier, the mandate will have to be determined by the budget that Parliament leaves them with, or whatever alternative means you can come up with for them. There's no doubt that sports is part of the CBC's personality, but how much sports do they really need? Must they use public funds to compete against the private sector for the Olympics? Must they have baseball, hockey? These are all honest questions, and I don't have the answers. As I say, it's not our role as regulators to micro–manage the corporation. They have lots of bright people who can do that.

M. Spicer: Pas nécessairement. Comme je l'ai dit la mission de la SRC devra être décidée en fonction du budget que le Parlement votera, et des autres solutions que vous pourrez recommander. Il ne fait aucun doute que le sport fait partie de l'image de la SRC, mais quelle part celle–ci doit–elle réserver aux émissions sportives? Doit–elle par ailleurs utiliser les fonds publics pour faire concurrence au secteur privé aux Jeux olympiques? Doit–elle rediffuser les parties de base–ball, de hockey? Ce sont toutes des questions tout à fait légitimes, auxquelles je n'ai pas de réponse. Comme je l'ai dit notre rôle de réglementation n'inclue pas la micro–gestion de la Société. Il y a suffisamment de gens très intelligents pour le faire.

I guess you could say we are sympathetic agnostics on that. We observe that sports does have a big tradition in the CBC. They have developed quite an expertise covering hockey, for example, although I know CTV would argue with that, particularly with their new cameras in the goalie's net. We're not fanatical either way. We think this has to be debated, and I'm sure it's going to change over the next five years. I'm sure the mandate we'll see over the next five to ten years could well be significantly different from today. So anything I would say today might be out of date in a couple of years.

Disons que sur ce plan nous avons une position d'agnostiques bienveillants. Nous constatons que les sports ont une longue tradition derrière eux à la SRC, qui est devenue tout à fait experte dans le domaine du hockey, par exemple, même si CTV pourrait le contester, surtout depuis qu'on a installé des caméras dans les filets des gardiens de buts. Nous n'avons pas de position absolument tranchée, ni dans un sens ni dans l'autre. Cela peut faire l'objet d'un débat, et je suis sûr aussi que la situation évoluera d'ici cinq ans. Dans cinq ou dix ans le mandat de la SRC pourrait être très différent. Tout ce que je pourrais dire aujourd'hui sera donc dépassé dans quelques années.

Mr. Hanrahan: But you did state in the article as well that the commission did not get involved in the allocation of the corporation's budget. In the previous paragraph you state:

> The commission drew the following conclusions, and set them out as programming priorities for the new licence term. . .increase in Canadian content. . .increase substantially its programming for teens and pre–teens. . .

M. Hanrahan: Mais vous avez également déclaré, que la Commission n'était pas non plus chargée du budget de la société. Dans le paragraphe précédent vous dites:

> Voici les conclusions auxquelles le Conseil est parvenu et qu'il a établies comme priorités en matière de programmation pour la prochaine période d'application des licences. . . augmentation du contenu canadien. . . augmentation sensible de la programmation destinée aux adolescents et pré–adolescents. . .

There should also be an increase in drama and the performing arts. Indirectly, by suggesting this, are you not getting involved with the allocation of the corporation's budget?

Vous demandez également une augmentation des dramatiques et des émissions concernant les arts de la scène. En faisant cette proposition n'êtes–vous pas, indirectement, en train de vous mêler de la répartition du budget de la Société?

Mr. Spicer: That's a very fair comment. What we are doing is highlighting Parliament's own general wishes about children in particular here and telling Canadians about their own history, and that's where drama comes in. We have for a long time put

M. Spicer: C'est une observation qui se comprend. En fait ce que nous faisons c'est reprendre de façon générale les souhaits exprimés au Parlement concernant les émissions destinées aux enfants notamment, ainsi que la nécessité de

[*Texte*]

a lot of emphasis on drama, because it tells Canadian stories, portrays Canadian heroes, values, dreams, hopes and fears and so on. Children are a priority I don't think any of us could emphasize enough. What we're trying to do there is emphasize themes rather than specific amounts of money.

It's a fine line; you're quite right. It would be fair to say maybe you're interfering too much, but if we didn't do that, if we just took a global look at it and said we're not going to make any detailed comment as to whether you're serving children enough, or francophones enough, or westerners enough, or women enough, we probably wouldn't be doing our job under the Broadcasting Act. We're expected to ask those questions because they're the questions you want asked, I think, and many more, and also what the public wants asked.

We try to express our reaction in the case of the children as an expectation rather than as a condition of licence, and therefore do not necessarily make decisions that are binding but rather that are indicative and reminding in their impact.

Mr. Hanrahan: Let us say that the CBC does fulfil the mandate you have suggested to it in increasing all of these areas. What role would ratings have in terms of your evaluation of renewal of that licence? Let's say they have increased the performing arts and drama and the pre–teens and teens, but according to the ratings nobody is watching them. Would you still insist that they maintain those areas?

Mr. Spicer: Mr. Hanrahan, you're quite right. Ratings have to come into the picture at some stage. It would be folly if CBC were putting on dramas that virtually nobody was watching. We have to tug at their sleeve and say they should try to do better, to put on drama but make it good enough that people will watch. That's axiomatic. I'm sure nobody sets out to put on programming that is not watched. The CBC is under orders from Parliament to offer very diverse programming, to be good at everything under the sun. So if they don't get the ratings...

• 0945

You may recall that during the hearings on the CBC I had a little dialogue with the president on the subject of ratings. I was trying to say that it's getting to the point where it's worrisome and he knew this very well—it's common knowledge. But I wanted to highlight that there comes a point where ratings have to enter in. The CBC understands this well, and the fine line they have to tread is to pay reasonable attention to ratings but not become a slave to them. If they did that, they would probably end up with the lowest common denominator. They'd become identical to the private networks—

Mr. Hanrahan: Redundant.

[*Traduction*]

rappeler aux Canadiens leur histoire, et c'est à ce moment–là qu'on pense aux dramatiques. Nous avons depuis très longtemps mis l'accent sur ces dramatiques, parce que cela permet de raconter des histoires canadiennes, et de présenter des héros canadiens, leurs valeurs, leurs rêves, leurs espoirs et leurs craintes etc. Les enfants sont une priorité, sur laquelle on n'insistera jamais assez. Nous voulons donc mettre l'accent sur un certain nombre de thèmes, plutôt que sur des répartitions budgétaires.

Mais vous avez tout à fait raison, la ligne est extrêmement floue. On pourrait peut–être nous dire que nous nous ingérons trop dans les affaires de la Société, si nous ne procédions pas de la sorte, si nous nous contentions d'un jugement général en refusant d'entrer dans le détail, qu'il s'agisse des enfants, des francophones, des habitants de l'Ouest ou des femmes, on pourrait éventuellement nous accuser de ne pas remplir notre mandat tel qu'il figure dans la Loi sur la radiodiffusion. On s'attend à ce que nous posions ces questions car vous voulez que nous les posions, et bien d'autres, et c'est également ce que le public attend de nous.

En ce qui concerne les enfants, par exemple, nous essayons de donner notre avis, sous forme de voeux plutôt que d'une condition d'octroi de la licence; il ne s'agit donc pas de décisions qui seraient contraignantes, mais plutôt d'indications et de rappels.

M. Hanrahan: Supposons maintenant que la SRC respecte les orientations que vous lui suggérez. Tiendrez–vous compte des cotes d'écoute au moment du renouvellement de la licence? Supposons qu'on ait maintenant effectivement plus de dramatiques, plus d'émissions pour les adolescents et pré–adolescents, mais que personne ne les regarde. Est–ce que vous continueriez à demander que l'on augmente le nombre d'émissions dans ces domaines?

M. Spicer: Monsieur Hanrahan, vous avez tout à fait raison. Il faut tenir compte des cotes d'écoute à un moment ou un autre. Ce serait pure folie d'avoir des dramatiques que personne ne regarde. À ce moment–là il faudrait effectivement intervenir gentiment, en demandant à Radio–Canada d'essayer de mieux faire, c'est–à–dire de programmer des dramatiques mais suffisamment intéressantes pour attirer un public. Cela va de soit. Personne ne veut une programmation qui n'ait pas d'audience. La mission confiée à la SRC par le Parlement est d'offir une programmation variée, d'exceller dans tous les domaines. Si le public ne suit pas...

Vous vous souvenez peut–être que pendant les audiences sur la SRC, j'ai eu un petit échange avec son président concernant les cotes d'écoute. J'ai essayé de lui faire comprendre que ça devenait un petit peu inquiétant, et il le savait parfaitement... tout le monde le sait. Je voulais faire remarquer qu'il y a un moment où l'on est bien obligé de tenir compte de ces cotes d'écoute. La SRC le comprend très bien, et elle a eu un équilibre difficile à maintenir où il faut de façon raisonnable tenir compte de ces chiffres d'audience, sans en devenir l'esclave, auquel cas on finit par se laisser gouverner par la notion du plus petit commun dénominateur. Ça en ferait une chaîne comparable aux réseaux privés...

M. Hanrahan: Ce qui ferait double emploi.

[*Text*]

Mr. Spicer: Redundant, if you wish. They would be doing the same things as the private sector and that doesn't serve anybody. Either they have to be different and good or they're not fulfilling their function.

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): I want to follow up on some questions that in one sense have already been asked. We've heard extensively from the CBC on several occasions. You have raised the point about reflecting the Canadian experience to Canadians, and so have the CBC executive when they were here. Carrying on in the line of ratings, who determines whether the CBC is reflecting the Canadian reality? Is it the CBC executive and staff? Or is it the CRTC?

Mr. Spicer: I would think it's the people of Canada. They're the ones who vote with their dials. If they don't feel they are seeing their country and its heroes and values in an engaging or, if I may say, compelling or seductive way, then they'll go elsewhere.

CBC management also has to do that in their executive decisions. They make hundreds of programming decisions every day. We do it once every few years by acting in the name of Parliament and the Canadian people to ask fairly detailed questions. We are your servant to call them to account and to have them account for their performance in public.

So it's all three, but ultimately I would say it's the public that decides.

Mr. Gallaway: Does your commission have any objective data that quantify in some way the degree of affection Canadians have for the CBC television English service?

Mr. Spicer: We don't have funds to run expensive polls, but we read the ratings and we know what the ratings are. We can find that out. We also see the occasional poll run by some news organization. As I said at the beginning, this is no secret. We all know this.

Broadly speaking, I think the French–language television and to some extent the French–language radio are widely supported by their target audience. English radio has some very strong supporters across Canada, and a lot of people think that one of the reasons, apart from its all–around excellence, is the complete lack of advertising.

The part of the CBC that really has difficult problems is the English television network. The reasons are written into geography, for one thing. We happen to live beside this enormous market for producing English–language television. No other country in the world has that challenge.

If you look at what we've accomplished one way or another in Canada, both on the French and English side, it truly is miraculous. It's a word I use not lightly, because we don't like to exaggerate things, but the fact that we can have such a

[*Translation*]

M. Spicer: Double emploi, si vous voulez. La SRC ferait à peu près la même chose que le secteur privé, et ça ne servirait personne. La SRC doit être différente du reste et offrir de la qualité, sans quoi elle ne remplit pas sa mission.

M. Gallaway (Sarnia—Lambton): Je voudrais revenir à certaines questions qu'on a déjà posées dans un sens. Radio–Canada a comparu devant nous à plusieurs reprises. Vous avez parlé de donner aux Canadiens des émissions qui reflètent leur expérience, et la direction de la SRC l'a également fait lorsqu'elle a témoigné devant le Comité. Pour poursuivre cette question des cotes d'écoute, qui décide si Radio–Canada offre effectivement un reflet de la réalité canadienne? Est–ce que c'est la direction et le personnel de la Société? Ou est–ce le CRTC?

M. Spicer: Je suppose que c'est la population canadienne. C'est elle qui vote en choisissant les émissions. Si elle n'a pas le sentiment qu'on lui montre son pays, ses héros et ses valeurs, de façon intéressante, ou encore séduisante et persuasive, elle s'adressera ailleurs.

La direction de Radio–Canada doit évidemment en tenir compte dans ses décisions. Mais évidemment elle a des centaines de décisions à prendre chaque jour à propos des émissions. En ce qui nous concerne, il s'écoule plusieurs années d'une série d'audiences à la suivante, lorsque au nom du Parlement et de la population canadienne nous posons un certain nombre de questions très détaillées. Nous sommes votre serviteur lorsqu'il s'agit de demander à la Société Radio–Canada de rendre des comptes, de présenter publiquement un bilan de ses activités.

C'est une décision des trois, mais en définitive je dirais que c'est le public qui décide.

M. Gallaway: Est–ce que le Conseil a des chiffres fiables qui permettent de quantifier l'affection que les Canadiens portent au service anglais de CBC télévision?

M. Spicer: Nous n'avons pas les moyens de faire procéder à des sondages coûteux, mais nous nous tenons au courant des cotes d'écoute, et nous savons ce qu'ils sont. Nous savons où aller chercher ces chiffres. Il y a aussi les sondages que publie tel ou tel nouvel organisme. Comme je l'ai dit ce n'est un secret pour personne. Nous savons tous ce qu'il en est.

Mais de façon générale je pense que la télévision en français, et dans une certaine mesure la radio en français ont le soutien très large de leur publicible. Les émissions radio en anglais ont également des partisans très convaincus dans le pays, et cela, d'après beaucoup de gens, autre le fait que ce sont des émissions de grande qualité, serait dû à l'absence complète de publicité.

Le volet de Radio–Canada qui se trouve en difficulté c'est celui du réseau anglais de télévision, pour des raisons qui tiennent à la géographie du pays, entre autres. Il se trouve, lorsque nous produisons nos propres émissions pour la télévision anglaises, que nous nous trouvons à côté de cet énorme marché. Aucun autre pays au monde n'a un tel défi à relever.

Et de ce fait, si vous vous reportez à ce que nous avons accompli au Canada, aussi bien sur le réseau français qu'anglais, on peut dire que ça tient du miracle. Voilà un terme que je n'utilise pas à la légère, car nous n'aimons pas exagérer ni dans

[*Texte*]

diversity of channels in the English language as well as in French—but even more in English—is truly remarkable. Everything conspires against it: geography, the temptation to watch American shows culturally, and the enormous amount of money the Americans have.

[*Traduction*]

un sens ni dans l'autre, mais le fait que nous puissions maintenir une telle diversité de chaînes en anglais et en français—et surtout en anglais—est véritablement remarquable. Or tout conspire contre nous: la géographie, la tentation de choisir des émissions culturelles américaines, et les sommes d'argent considérables dont disposent les Américains.

• 0950

Building traditions and the regulatory system of my predecessors has a lot to do with it. The Canadian content quotas, for example, had an enormous amount to do with building up an infant industry that is now very dynamic and more and more able to compete in the world.

Mais nous avons pu bâtir des traditions et la réglementation imposée par mes prédécesseurs a eu beaucoup à voir là–dedans. Ainsi, les contingents en ce qui concerne le contenu canadien ont énormément contribué à développer une industrie naissante qui est à l'heure actuelle très dynamique et de plus en plus capable d'affronter la concurrence sur les marchés internationaux.

Mr. Gallaway: When Mr. Manera was here recently, he was asked whether he felt the CBC was meeting its mandate. Of course, there was a great deal of discussion about the broadcasting on television of professional sports. You made a recent decision in renewing their licence this year to recommend that they decrease the amount. In fact, Mr. Manera recently indicated that they would be increasing the amount of professional sports. How do you reconcile this conflict? It was earlier this year, on July 27, 1994, when you made a recommendation for them to decrease it. At the same time, the president of that corporation was here and said they would increase it.

M. Gallaway: Lors de la récente comparution de M. Manera, on lui a demandé si à son avis la SRC remplissait son mandat. On avait beaucoup discuté de la télédiffusion des sports professionnels. Récemment, lors du renouvellement de la licence de Radio–Canada, vous avez rendu une décision et vous avez recommandé à la Société Radio–Canada de diminuer le nombre de sports professionnels à la télévision. Monsieur Manera a dit récemment que la Société augmenterait en fait la télédiffusion des sports professionnels. Comment peut–on concilier les deux? Donc, le 27 juillet 1994, vous recommandiez à la Société de moins télédiffuser de sports professionnels, pourtant, lors de sa comparution ici, le président de la Société affirmait qu'on en télédiffuserait davantage.

Mr. Spicer: We're not an executive body. We cannot give them programming orders. It would be horrific if we did that. These decisions have to be left to responsible, creative people with the support of their administration. This is not the role of regulators. We would never want the role of second–guessing the programmers. We don't want to become programmers or censors in any way. You wouldn't like it either. You wouldn't like us telling you that we want this or that show on.

M. Spicer: Le CRTC n'est pas un organisme exécutif. Nous ne pouvons pas leur donner d'autres en matière de programmation. Il serait d'ailleurs horrible que nous procédions de la sorte. Ces décisions doivent incomber au personnel responsable et créateur de l'organisation et à son administration. Tel n'est pas le rôle des organismes de réglementation. Nous ne voudrions jamais décider à place des programmateurs. Nous ne voulons pas devenir des programmateurs ou des censeurs. Nous n'aimerions pas le faire non plus, pas plus que vous.

That's why you can see an apparent contradiction. They don't have to do everything we recommend. We can make a strong public recommendation and hope that public opinion will see some merit in our reasoning and bring further pressure to bear.

C'est la raison pour laquelle il semble y avoir contradiction apparente. La Société Radio–Canada n'est pas tenue de faire tout ce que nous recommandons. Nous pouvons faire des recommandations publiques avec insistance et espérer que l'opinion publique comprendra notre raisonnement et excercera des pressions.

Mr. Gallaway: You made a number of recommendations, one of which was to decrease the volume of pro sports. You suggested that there should be more children's television programming.

M. Gallaway: Vous avez fait plusieurs recommandations, dont une visait la diminution du nombre d'émissions de sports amateurs. Vous avez dit qu'il devrait y avoir davantage d'émissions télévisées pour les enfants.

Mr. Spicer: On that score, we have reason to believe they will be following through.

M. Spicer: À cet égard, nous avons lieu de croire que la Société y donnera suite.

Mr. Gallaway: You made a number of them—six, seven, eight, whatever it was. The CBC is obviously ignoring your suggestion with regard to pro sports. Let's assume they go by the board on children's programming. They decide they can import a lot of American musical programs. If ratings and money for the corporation are factors, then at some point they're going to succumb to the market demands. Where is the relevance of the CRTC in all of this?

M. Gallaway: Vous avez fait plusieurs recommandations, six, sept, huit, peu importe. La Société Radio–Canada ne fait évidemment aucun cas de votre suggestion en ce qui concerne les sports amateurs. Supposons qu'il en aille de même pour les émissions pour les enfants. Supposons que la Société décide qu'elle veut importer pas mal de programmation américaine. Si la cote d'écoute est importante pour la société et si l'argent est important également, elle finira par succomber à la demande du marché. Quel rôle le CRTC peut–il jouer là–dedans?

[*Text*]

Mr. Spicer: You're quite right that they would succumb to market demands. Our duty is to remind them of what, in our best judgment, we think they should do to serve the Canadian public well under the Broadcasting Act.

We don't pretend to be the Vatican. We don't pretend to be invariably right. We do try to give them well–reasoned, well–studied recommendations. Some of them they accept; some of them they don't. They have to carry the can in the end. I don't think anybody ever accused us of pussyfooting. Certainly at that last hearing there were some fairly agitated headlines coming out of it, yet we were just having a friendly talk about E.J. Pratt or some other obscure poet.

The role of the CBC management is to make decisions based on their knowledge of the market and the public, and their reading of the requirements of the Broadcasting Act. The role of the regulator is to read the same act objectively away from the front–line duties of decision–making and managing money. We could say to them that, based on our reading of the act, they're not doing enough of that.

For example, take children. We really push them very hard on children's broadcasting, particularly in the 4 p.m. to 6 p.m. slot, in which they were running, if I remember correctly, the *Fresh Prince of Bel–Air*. We urged them to bring in more good children's broadcasting. I think you will find that they will be doing that. We have had very positive signals that they will be bringing in more children's broadcasting. They will lose some money, but they will bring in probably reruns of some good Canadian children's broadcasting to get the kids when they come home from school.

There's an example where they have paid attention. I can't yet give you a full accounting because that decision is still a bit recent, and we're still in discussion over how our recommendations should be implemented.

• 0955

If your question is "What good is the CRTC?", you've just given the name of our pamphlet. Our basic pamphlet is entitled "So, What Good is the CRTC?" and it runs you through every room of the house and every member of the family to try to show you, in a very citizen–oriented way, what we do for the average citizen. I'll be quite happy to have some of those distributed to you, though I don't have time now. It's a role that really does try to help individuals economically, culturally, socially—in all kinds of ways.

The Chair: We have a few moments left for Mr. McKinnon.

Mr. McKinnon (Brandon—Souris): Mr. Spicer, how pleasing it is to see you again.

I have one quick question. I noted in one of the documents that we are looking at some new language in the commercial activity area, which would be generic statements of sponsorship. I noted also the comment from CRTC was that it looked to be

[*Translation*]

M. Spicer: Vous avez tout à fait raison, la Société succomberait aux demandes du marché. Notre devoir est de lui rappeler qu'elle devrait servir l'intérêt public au Canada conformément à son mandat aux termes de la Loi sur la radiodiffusion.

Nous ne prétendons pas être infaillibles comme le pape. Nous essayons de faire des recommandations bien raisonnées et bien étudiées. La Société en accepte quelques–unes et pas d'autres. En fin de compte, c'est à elle à en assumer les responsabilités. Mais on ne nous a jamais accusés d'avoir peur de nous mouiller. Au contraire, à la suite des dernières réunions du Comité, on a pu lire dans les journaux des articles assez passionnés et pourtant nous ne faisions qu'avoir des discussions amicales au sujet de E.J. Pratt ou quelque autre poète obscur.

Le rôle de la direction de Radio–Canada est de prendre des décisions fondées sur sa connaissance du marché et du public et des exigences de son mandat aux termes de la Loi sur la radiodiffusion. Le rôle de l'organisme de réglementation est d'interpréter cette même Loi de façon objective sans être mêlés à la prise de décision et à la gestion des finances qui sont des obligations inférieures. Nous pourrions leur dire que, d'après notre interprétation de la Loi, ils ne vont pas assez loin.

Prenons le cas de la programmation pour les enfants par exemple. Nous avons fait des recommandations très sérieuses à ce sujet, particulièrement en ce qui concerne le créneau de quatre à six heures le soir où la SRC mettait en ondes *Fresh Prince of Bel–Air*, si je ne me trompe. Nous lui avons demandé d'augmenter la programmation pour les enfants. Je crois que c'est ce qui se passera. Les réactions ont été très positives au sujet d'une augmentation de la programmation pour enfants. La Société Radio–Canada perdra de l'argent, mais elle aura des reprises de certaines très bonnes émissions de télévision pour enfants qui passeront lorsque ceux–ci rentreront à la maison le soir.

Il s'agit donc là d'une recommandation que la Société a suivie. Je ne saurais vous donner plus de détails car cette décision est encore un peu récente et nous sommes encore en discussion au sujet de l'application de nos recommandations.

Si vous vous demandez à quoi nous servons eh bien nous avons rédigé une brochure à ce sujet qui s'intitule: «Alors, à quoi sert donc le CRTC?» qui passe en revue tout ce que nous faisons dans les moindres détails pour le citoyen moyen. Je pourrais vous faire distribuer ces brochures mais un peu plus tard à cause du manque de temps. En fait le CRTC veut vraiment aider les gens de toutes sortes de façons, tant du point de vue économique que culturel que social.

Le président: Il reste quelques minutes que nous pourrions laisser à M. McKinnon.

M. McKinnon (Brandon—Souris): Monsieur Spicer, je suis vraiment heureux de vous revoir.

Une question rapide. Dans les documents que nous avons sous les yeux on parle, sous la rubrique des activités commerciales, de commandites génériques par exemple. D'après le CRTC c'est une source de recettes peu importante. Je suis

[*Texte*]

a very small revenue source. I'm sure I'll be speaking for a few Canadians who feel this is the first step of a large leap towards commercialized activity in the CBC. Could I have your views on this area, on where CRTC is at?

Mr. Spicer: To make sure I've understood, you're referring to sponsorship or image broadcasting, such as the Chubb group of companies on PBS and that kind of thing?

Mr. McKinnon: Yes.

Mr. Spicer: I would agree that probably the revenue to be gained is not as much as you would get from more product-oriented advertising, which is also more intrusive. The public would probably prefer to watch the image type of broadcasting—a very discreet trailer saying this was sponsored by an oil company or whatever. On the other hand, as taxpayers, they might not like to make up the difference. I think it's a good idea, as long as you have no illusions about its being able to replace product-oriented advertising.

I'll just jump on the trampoline of that question and go a little further. I have a feeling that many of the alternative means being discussed—and I've read summaries of the Nordicity report, which you probably know by heart—will cause a public outcry. That is simply because the English-language network of the CBC is, to put it gently, a bit out of favour with the general public. I regret that very much, as I'm sure we all do.

Strategically what is required is that some steps be taken—and I don't have the details—to make it clear to the Canadian public how valuable, Canadian, unique and attractive the English television network is. Run along for a few months or a year or so on that. In essence, win back the audiences by listening to them and giving them the quality and diversity they want; then raise these questions.

It's very easy for me, in my comfortable armchair in Hull, to toss out these suggestions, and I'm very aware of that. I don't say that with any smugness. Mr. Manera has a job that is devilishly difficult. He has to make real decisions; I'm just making theoretical ones for him here.

I think probably there will be an outcry against almost any alternative sources you come up with until the English network or the CBC can win back some of its popularity by doing things the public sees value in. I could improvise some personal ideas, but I don't think they have great relevance. I'd rather leave that to the CBC. I think they know a lot of that means going back to their best traditions.

Mr. McKinnon: I gather from your remarks, then, Mr. Spicer, that you would support the view that we should be very careful in limiting how far this area proceeds, that we have to be careful of the traditions and the spirit of sponsorship and not allow this to become a growing enterprise.

• 1000

Mr. Spicer: I think over the next three to five years, it probably will make sense to find some alternative means to diversify the CBC's funding, but in the meantime I would say very strongly that it would be unwise to cut the CBC's funding

[*Traduction*]

sûr que je me ferai le porte-parole de quelques Canadiens qui estiment qu'il s'agit là d'un pas vers la commercialisation au sein de la Société Radio-Canada. Quelle est la position du CRTC à ce sujet?

M. Spicer: Si j'ai bien compris ce que vous dites, vous parlez de commandites comme celle que fait le groupe de compagnies Chubb à PBS n'est-ce pas?

M. McKinnon: Oui.

M. Spicer: Les recettes ne seraient pas aussi importantes que dans le cas de la publicité concernant un produit en particulier qui est aussi beaucoup plus présente. Je suppose que le public aimerait sans doute mieux un genre de publicité beaucoup plus discrète genre bande-annonce au sujet du commanditaire de l'émission qu'il s'agisse d'une société pétrolière ou autre. Par contre, les contribuables n'aimeraient peut-être pas payer la différence. À mon avis, c'est une bonne idée, pourvu que l'on ne s'imagine pas que cela pourra remplacer la publicité qui porte directement sur les produits.

J'irais même un peu plus loin. Je pense que toutes les autres possibilités dont on discute—et j'ai lu le rapport du groupe Nordicity, que vous connaissez sans doute par coeur—je sais donc que bien d'autres possibilités donneront lieu à un tollé général. Cela est dû au fait que le réseau anglais de Radio-Canada n'est pas trop apprécié du public, pour dire le moins. Je le regrette, comme nous tous d'ailleurs, j'en suis sûr.

D'un point de vue stratégique, il est donc nécessaire de prendre des mesures—et je ne pourrais vous donner de détails—pour bien faire comprendre au public à quel point le réseau anglais de télévision est important, unique et attrayant. Il faudra le faire pendant quelques mois ou un an par exemple, il faut certainement reconquérir notre public en écoutant ce qu'il nous dit, en lui offrant la qualité et la diversité de programmes auxquels il s'attend. On pourra alors poser ces questions.

Il est évidemment très facile pour moi, dans mon bureau confortable de Hull, de faire ces suggestions, je m'en rends compte. Je ne dis pas ça avec suffisance. M. Manera a un travail extrêmement difficile à faire. Il doit prendre des décisions concrètes alors que moi je peux me borner à faire des recommandations théoriques.

Je crois que le public s'opposera à presque toutes les autres sources de financement jusqu'à ce que le réseau anglais ou la Société ne redevienne populaire en tenant compte des désirs du public. Je pourrais vous dire ce que je pense personnellement mais je ne crois pas que ce soit intéressant. Je préférerais laisser tout cela entre les mains de la Société Radio-Canada, pour laquelle il s'agit maintenant de retourner à sa plus pure tradition.

M. McKinnon: Si je comprends bien vos remarques, monsieur Spicer, vous êtes d'accord avec les gens qui disent qu'on devrait être très prudent, qu'il faut tenir compte des traditions et de l'esprit qui anime les commanditaires pour empêcher les choses d'aller trop loin.

M. Spicer: Je crois que d'ici trois ou cinq ans, il faudra trouver de nouveaux moyens de diversifier le financement de Radio-Canada, mais j'ai la ferme conviction qu'il serait mal avisée dans l'intervalle de comprimer davantage le budget de la

[*Text*]

any further. They're now getting to the point where they are either going to have to change their mandate unilaterally—and they don't want to do it and you don't want them to do it, unless you want to amend the Broadcasting Act and tell them they don't have to do five or six things and save a lot of money. Or else they can simply look at ways they can strategically win back their audience.

I think in the short run they need some breathing space. They need funding. They've had years and years of cuts. They feel a legitimate paranoia about this, and you can't be very creative when you're terrified about your survival. I'm not suggesting you write a blank cheque for a hundred years, but to stick with them for maybe two or three or four more years and give them a chance to readjust themselves to this new world, monitoring them closely. I'm not saying give them a completely free ride, but take some of the daily terror out of their creative activities.

Le président: D'accord, nous passons maintenant à M^me^ Gagnon pour cinq minutes.

Mme Gagnon (Québec): Oui, bonjour monsieur Spicer. J'aimerais vous poser une question concernant les services de Radio–Canada à l'égard des communautés francophones acadiennes.

M. Spicer: Oui.

Mme Gagnon: Monsieur Spicer, j'aimerais que vous nous expliquiez comment le CRTC est venu à la conclusion que le service offert aux francophones situés à l'extérieur du Québec s'était amélioré à la SRC, alors que les communautés concernées disent tout à fait le contraire, avec chiffres à l'appui. Et j'aimerais les citer parce qu'ils se sont présentés devant vous le 1^er^ mars 1994, et je les cite:

> Ainsi, loin de constater une augmentation de leur présence au petit écran nos communautés se sont retrouvées, à la suite de la décision du 5 décembre 1990, avec une station régionale en moins, Toronto, 24 heures au total de programmation régionale pour l'ensemble de toutes les stations au Québec, au lieu de 41 qui étaient produites dans le passé, et ont vu disparaître 46 émissions de courte et de longue durée.

Lors de la décision qui s'est prise pour renouveler la licence, vous avez dit que vous estimiez que la Société a fait des efforts importants dans ce sens. Donc, j'aimerais que vous m'expliquiez comment il se fait que vous en arriviez à cette conclusion–là avec des chiffres comme ceux–là.

M. Spicer: Si vous me permettez de faire un peu d'histoire personnelle, je me souviens de ce dossier. En 1970, quand j'avais le plaisir et l'honneur d'être commissaire aux langues officielles, nous étions à des années lumières de la situation d'aujourd'hui. Le progrès est vaste depuis ce moment–là. S'il y a eu des coupures récemment, ces coupures touchent le Canada anglais aussi bien que le Québec.

Je vous donne un exemple. La non–existence d'un poste de télévision de Radio–Canada à Victoria, or c'est la seule capitale provinciale au Canada, y compris Charlottetown qui n'a pas de station de Radio–Canada, de CBC, et c'est pourtant la troisième province en termes de population, au Canada. Déjà Radio–Canada ou CBC nous dit que c'est extrêmement difficile, «on n'a pas d'argent», etc. C'est un refrain qu'on entend depuis à peu près 20 ans.

[*Translation*]

société. Elle en est maintenant au point où elle devra modifier unilatérallement son mandat, ce qu'elle ne veut pas faire, et vous ne le voulez pas non plus, à moins qu'il ne s'agisse de modifier la Loi sur la radiodiffusion et ainsi de dispenser la société de certaines activités pour ainsi faire des économies considérables. Ou encore la Société peut simplement envisager des moyens de regagner son auditoire.

Je crois qu'à court terme, la SRC aura besoin d'une certaine marge de manoeuvre. Elle a besoin de fonds. Elle a subi des compressions année après année. Elle en éprouve des inquiétudes légitimes, et Dieu sait qu'il est difficile d'être créatif lorsque l'on craint pour sa survie. Je ne dis pas qu'il faut lui donner carte blanche pour les 100 ans à venir, mais qu'il faut l'épauler pendant deux, trois ou quatre ans afin de lui donner la chance de s'adapter à la nouvelle réalité tout en la surveillant de près. Je ne dis pas qu'il faut la laisser s'en tirer à bon compte, mais seulement qu'il ne faut pas nuire à sa créativité en lui infligeant une angoisse quotidienne.

The Chairman: Fine, we'll now go to Mrs. Gagnon for five minutes.

Mrs. Gagnon (Québec): Yes, good day Mr. Spicer. I would like to ask you a question dealing with CBC services to the Acadian communities.

Mr. Spicer: Yes.

Mrs. Gagnon: Mr. Spicer, I would like you to explain to us how the CRTC came to the conclusion that services offered to Francophones outside Quebec had been improved within CBC, when the communities involved have an exactly opposite view, with supporting figures. And I would like to quote them because they testified before the CRTC on the March 1, 1994, and I quote:

> Thus, far from witnessing an increase of their presence on television, our communities found themselves, following the December 5 decision, with one regional station missing, Toronto, a total of 24 hours of regional programming for all stations in Quebeç, instead of the 41 hours which were produced in the past, and they have witnessed the disappearance of 46 short–duration and long–duration programs.

When the decision was made to renew CBC's license, you said that you felt that CBC had made a significant effort in that regard. So I would like you to explain to us how you have reached that conclusion in the face of such figures.

Mr. Spicer: If I may delve into a little bit of personal history, I remember that issue. In 1970, when I had the pleasure and the honour of being commissioner for official languages, we were light years from today's situation. Vast progress has been made since then. If there were cuts recently, these cuts affected both English Canada and Quebec.

I'll give you an example. The non–existence of a CBC television station in Victoria, and it is the only provincial capital in Canada, along with Charlottetown which does not have any CBC station, although it is the third province in terms of population in Canada. Radio–Canada or CBC have already told us that it is extremely difficult, "we don't have any money", etc. We've been hearing that tune for almost 20 years.

[*Texte*]

Mais je vous assure, madame, que nous nous préoccupons également des francophones hors Québec aussi bien que des anglophones partout au pays. Je n'ai pas la preuve sous la main qu'on ait particulièrement visé les francophones, car les anglophones en souffrent aussi.

Mme Gagnon: J'aimerais avoir une deuxième question, justement, qui va faire suite à votre réponse.

Quant au service en langue française offert aux francophones situés à l'extérieur du Québec, comment pouvez–vous nous dire qu'on puisse accepter que ce service soit coupé quand on sait que le taux d'assimilation des collectivités est de 35 à 50 p. 100, comme à Terre–Neuve ou dans les Territoires du Nord–Ouest, et qu'on sait que dans une province comme le Nouveau–Brunswick, le taux d'assimilation est de 10 p. 100? Il faut donc faire des efforts pour maintenir, dans les régions, dans les provinces, un service en français. Et je pense qu'on devrait, justement, renforcir au lieu de couper.

M. Spicer: Je déplore naturellement, comme vous, qu'on coupe quoi que ce soit aux francophones en milieu exposé. Par contre, je constate évidemment l'impératif budgétaire, et je constate aussi qu'il y a d'autres facteurs, à part l'arrêt de diffusion, qui causent tendance à l'assimilation. C'est le milieu nord–américain dans son ensemble; je pense qu'il ne faut pas tout imputer au système de radiodiffusion. Je n'ai pas de chiffres ni de preuves qui fassent de corrélation scientifique entre la tendance ou la pression vers l'assimilation des francophones hors–Québec et la relative pénurie des services radiophoniques. Je prends aussi au sérieux que vous la nécessité d'élargir les services de langue française tout comme c'était le cas dans les années 1970 où on était très loin de la situation d'aujourd'hui.

• 1005

Il demeure vrai que d'un océan à l'autre, les services en langue française, la télévision en langue française est disponible, si j'ai bonne mémoire, à près de 99 p. 100 de la population canadienne. Ce n'est pas la perfection mais c'est presque la perfection et même s'il ne reste que 1 p. 100 des gens qui n'ont pas accès à la télévision française, je me battrai comme vous en faveur de cela.

Mme Gagnon: J'aimerais vous demander quelles sont vos prévisions au CRTC à l'égard des 500 canaux. Comment la télévision publique doit–elle réagir à ce phénomène en entrant de plein pied dans l'univers des canaux spécialisés comme le fait la SRC avec *News World*, RDI et aussi avec *Power Diffusion* en ce qui a trait à TRIO, compte tenu de toutes les initiatives prises par la SRC lors de la dernière tournée d'octroi de licences pour les télévision spécialisées?

Est–ce que c'est dans le mandat de Radio–Canada de lancer des entreprises comme en Floride, entreprises qui font la compétition justement à des Québécois qui veulent démarrer leurs propres entreprises privées comme M. Lalonde et M. Jean Lapointe?

M. Spicer: Vous parlez de TRIO? Vous reprochez à Radio–Canada d'essayer de faire un peu d'argent qui pourrait profiter et aux francophones et aux anglophones parce que des entrepreneurs privés, québécois, auraient des postes en Floride, c'est cela? Vraiment je suis perplexe devant ce raisonnement. Avec beaucoup de respect, je ne vois pourquoi cela gênerait des Québécois qui voudraient ouvrir un poste de radio et de télévision en langue française en Floride si la chaîne anglaise

[*Traduction*]

But I assure you, madam, that we are also concerned about Francophones outside Quebec as well as about Anglophones across the country. I don't have any evidence on hand that Francophones were specifically targeted, because Anglophones are suffering as well.

Mrs. Gagnon: I would like to ask a second question, as a follow–up to your answer.

Regarding French–language services offered to Francophones outside Quebec, how can you say that we can accept that this service be cut when we know that the assimilation rate of these communities is from 35% to 50% in Newfoundland or in the North–West Territories for instance, and when we know that in a province like New–Brunswick, the assimilation rate is 10%? We must endeavour to maintain services in French in these regions, in these provinces. And I think that we should enhance them instead of cutting them.

Mr. Spicer: Of course, I deplore, as you do, the fact that we are cutting any services to Francophones living in a fragile environment. However, I obviously acknowledged that there are budget constraints, and I also acknowledge that there are other factors, apart from the removal of broadcasting services, which caused this tendency to assimilate. It is the whole North American environment? I think we should not blame everything on the broadcasting system. I have no figures and no evidence establishing a scientific correlation between the trend or the pressure to assimilate francophones outside Quebec and the relative shortage of radio services. I take as seriously as you do the necessity to extend French language services, as we did in the 70's, when the situation was very far from today's.

The truth remains that, from coast to coast, French language services, French language television are available, and if I remember correctly, for almost 99% of the Canadian population. It's not perfect but it's almost perfect, and even if only 1% of the people still do not have access to French television, I will fight like you do to get it.

Mrs. Gagnon: I would like you to tell us what kind of future the CRTC foresees with regard to the 500 channel universe. How should public television react to this phenomenon by getting straight into the world of specialty channels as CBC is doing with *News World*, RDI and also with *Power Diffusion* with regard to TRIO, given all the initiatives taken by CBC in the last round of licences granted for specialty television?

Is it within the mandate of the CBC to start businesses as they did in Florida, which are competing with Quebeckers who want to start up their own private businesses like Mr. Lalonde and Mr. Jean Lapointe?

Mr. Spicer: You're talking about TRIO? You are blaming the CBC for trying to make a little money which could benefit both francophones and anglophones, because some Quebec private businessmen would have stations in Florida, is that it? Frankly, I am astonished by your reasoning. With all due respect, I don't see why it would hamper Quebeckers who would want to open a French language radio or television station in Florida if the English side of the CBC found a way to broadcast

[*Text*]

de Radio–Canada trouvait un moyen de diffuser aux anglophones de l'Amérique des émissions qui pourraient ramener de l'argent à l'ensemble de la Société Radio–Canada, y compris pour les francophones.

Mr. Ianno (Trinity—Spadina): I have a couple of questions. I don't know whether they were asked before I arrived. I apologize if they were.

We were told by the CBC that commercials on radio are not allowed by the CRTC. Is that correct? If so, why?

Mr. Spicer: We urged them to consider this some years ago. They followed this, and as a result, I think they would say they are probably the most popular radio system in this country.

Mr. Ianno: So it's true, then.

Mr. Spicer: Yes. We completely agree they should not have commercials on that network. That's what makes it distinct. That's what makes it so listened to. This is not a case where opening a state network to commercials would help the cause at all.

Mr. Ianno: Which cause?

Mr. Spicer: The cause of the budget of the CBC. You would probably end up losing audience and losing rationale. If you brought commercials onto the CBC, for example plastered the *Morningside* show with commercials, you would probably lose a lot of the audience, however good the programmimg.

Mr. Ianno: My understanding from your brief is that you are not in the business of advising the CBC. Did I read that correctly?

Mr. Spicer: Advising in general terms, yes, and I would consider that a general term. We think they made the right decision in not having them.

Mr. Ianno: If the country is facing a financial crisis and alternative sources of funding are required, would you reconsider and suggest they find funds or close down?

Mr. Spicer: I would think it's for you to reconsider and decide. I'm just here to warn you that if you put commercials on the CBC radio network, you will inexorably and very quickly drag that excellent network into the mediocrity that presides in all too much of the commercial world. Unfortunately, in a city like Toronto or Montreal the dial is wall–to–wall sameness—

[*Translation*]

programs to anglophones in America which could bring in money for the whole of CBC, including francophones.

M. Ianno (Trinity—Spadina): J'ai quelques questions. J'ignore si elles ont été posées avant mon arrivée. Si tel est le cas, veuillez m'en excuser.

On nous a dit que le CRTC interdit la publicité à la radio de Radio–Canada. Est–ce exact? Si oui, pourquoi?

M. Spicer: C'est une obligation que nous lui avons faite il y a plusieurs années. Elle s'y est conformé, et en conséquence, elle admet, je crois, qu'elle est aujourd'hui la radio la plus écoutée au pays.

M. Ianno: C'est donc vrai.

M. Spicer: Oui. Nous croyons sincèrement qu'il ne devrait pas y avoir de publicité à la radio de Radio–Canada. C'est ce qui la rend distincte. C'est pourquoi on l'écoute. Dans ce cas–ci, la publicité n'aiderait nullement la cause de la radio d'État.

M. Ianno: Quelle cause?

M. Spicer: Je parle du budget de Radio–Canada. La radio finirait par perdre des auditeurs et même sa raison d'être. S'il y avait de la publicité aux émissions radiophoniques de Radio–Canada *Morningside*, par exemple, cette émission perdrait beaucoup d'auditeurs, peu importe la qualité de la programmation.

M. Ianno: Si j'ai bien lu votre mémoire, vous n'avez pas pour fonction de donner des conseils à Radio–Canada. Vous ai–je bien compris?

M. Spicer: Donner des conseils de manière générale, oui, mais de manière très générale. Nous croyons que Radio–Canada a bien fait d'exclure la publicité de la radio.

M. Ianno: Étant donné que le pays est aux prises avec une crise financière et qu'il faut trouver de nouvelles sources de financement, seriez–vous prêt à changer d'avis et à dire que Radio–Canada doit trouver de l'argent frais ou fermer?

M. Spicer: Je crois que c'est à vous d'y réfléchir et de décider. Je vous prévient seulement que si vous laissez la publicité entrer au réseau de Radio–Canada, cet excellent réseau s'enlisera inexorablement et très rapidement dans la médiocrité qui est trop souvent la marque de la radio privée. Malheureusement, dans une ville comme Toronto ou Montréal, quoi qu'on écoute, c'est toujours la même chose...

• 1010

Mr. Ianno: So you consider CFRB and others of that nature mediocre?

Mr. Spicer: It's one of the exceptions. Radio in this country is in trouble. About two–thirds of the stations, about 60% of them, are in severe financial trouble. My personal opinion is that they are not being distinctive enough vis–à–vis each other. It may be that there are too many of them—I don't know—but I think there probably is space for distinctive voices. You see the relative slavishness with which many of these stations follow American hit parades. I don't think there is

M. Ianno: Ainsi, vous considérez que la station CFRB et d'autres du même genre sont médiocres?

M. Spicer: Cette station est une exception. La radio au Canada est en difficulté. Les deux–tiers des stations radio, soit environ 60 p. 100 d'entre elles, éprouvent de sérieuses difficultés financières. À mon avis, c'est parce qu'elles ne se distinguent pas suffisamment les unes des autres. Il se peut qu'elles soient trop nombreuses—je ne sais pas—, mais celles qui parviendraient à se distinguer arriveraient sans doute à se tailler une place. Il n'y a qu'à voir le nombre de ces stations qui

[*Texte*]

enough distinctiveness in the private sector, enough courage to be different.

The CBC English network is one of the beautiful exceptions. It is listened to, by the way, by many of the owners of private radio stations, who tell me this in confidential conversation. It's the place you tune in if you want to find serious news, or if you want something that is a bit uplifting and doesn't insult your intelligence, or if you don't want to beat your head against a wall with certain forms of heavy metal rock.

I don't mean to be unfair to the private sector. They also do wonderful things, particularly in serving local communities. In social and cultural affairs, the private radio sector has become in many ways the town forum for hundreds of towns and villages around Canada. They do an awful lot of good public service work, so they deserve lots of credit too. That's their role.

The CBC is different—I'm talking about radio still—and it offers a quality you can't get anywhere, such as classical music. There is only one private classical music station in Canada that I know of, and that is Mr. Rosenthal's station in Cobourg. He lost $7 million out of his pocket before we could find him a decent signal. Now he's doing very well. That's a tremendous commitment from an outstanding entrepreneur. Most other entrepreneurs are not breaking down the barricades to give us classical music or opera or anything different from much of the music that I doubt many of us at this table listen to. I don't mean to suggest that we're all over 30, but you know what I mean.

Mr. Ianno: If you are into looking at ways these stations can survive, do you have any suggestions for us for alternative sources of revenue for the CBC if there is a cut-back?

Mr. Spicer: I can enumerate those that are under discussion, but you already know that. I don't have any personal views, and the commission does not have any corporate views or institutional views on which one should be decided on. As I said earlier, whether it's cable taxes or taxes on videocassettes or taxes on all the distribution means, satellites, cable and over-the-air broadcasting, these ideas are being discussed, I know.

I go back to what I said earlier. I think if you did almost anything now, you would be caught in a terrible trap. CBC English television must win back some audiences before the public will see value for money and will want to hear about giving more money. I regret this very much. I'm a strong supporter of what public broadcasting can be, and of the great traditions of the CBC. The present management is in a terribly difficult bind right now. It's not of their making. It's a new management and they are going to need some bridging money or transitional money to hold the fort while they reposition the ship.

[*Traduction*]

suivent aveuglément le hit parade américain. Les stations privées ne sont pas assez distinctes les unes des autres, elles n'ont pas le courage d'être différentes.

Le réseau anglais de Radio-Canada est une magnifique exception à la règle. Soit dit en passant, il compte parmi ses auditeurs bien des propriétaires de stations radio privées, qui me le disent en confidence. C'est vers le réseau anglais de Radio-Canada que se tournent les auditeurs qui cherchent des émissions d'actualité bien faites, qui veulent entendre des choses qui stimulent leur intelligence au lieu de l'insulter ou qui ne veulent pas se cogner la tête contre le mur en écoutant du heavy metal.

Je ne veux pas être injuste envers les stations privées, elles font un excellent travail, notamment pour ce qui est de servir la population locale. Sur le plan socio-culturel, la radio privée est devenue à bien des égards la tribune publique de centaines de villes et de villages du Canada. Elles font énormément de travail d'intérêt public, et elles méritent qu'on les en félicite. C'est leur rôle.

La radio de Radio-Canada est différente: elle offre des émissions de qualité qu'on ne peut entendre nulle part ailleurs, comme des émissions de musique classique. À ma connaissance, il existe une seule station privée de musique classique au Canada, et c'est celle de M. Rosenthal, à Cobourg. Monsieur Rosenthal a perdu 7 millions de dollars avant que nous puissions lui trouver un signal acceptable. Maintenant, ses affaires vont très bien. C'est un remarquable entrepreneur qui a le courage de ses convictions. Le plus souvent, les autres entrepreneurs ne se précipitent pas pour nous offrir de la musique classique ou de l'opéra ou quelque chose qui diffère de la musique qu'on entend généralement et que nous ne sommes sans doute pas nombreux à écouter nous-mêmes. Je ne veux pas dire par là que nous avons tous dépassé la trentaine, mais je suis sûr que vous me comprenez.

M. Ianno: Si l'on cherche des moyens d'assurer la survie de ces stations, avez-vous des conseils à nous donner quant aux nouvelles formules de financement auxquelles Radio-Canada pourrait faire appel, si elle devait perdre une partie de ses subventions publiques?

M. Spicer: Je pourrais vous énumérer celles qui sont à l'étude, mais vous les connaissez déjà. Je n'ai pas d'opinion personnelle à ce sujet, et le Conseil ne s'est pas non plus prononcé sur l'une ou l'autre de ces formules. Comme je l'ai dit tout à l'heure, qu'il s'agisse de droits qui seraient exigés des abonnés au câble ou de taxes qui seraient imposées sur les vidéo-cassettes ou sur les divers moyens de distribution, satellites, câbles et diffusion sur les ondes radio, ce sont là autant de formules qui sont à l'étude.

Je reviens à ce que j'ai dit tout à l'heure. Quoique vous fassiez, ce serait sans doute une grave erreur que d'intervenir maintenant. La télévision anglaise de Radio-Canada doit reconquérir en partie son auditoire avant que le public ne juge que les crédits qui lui sont versés sont bien utilisés et qu'il songe même à accroître ces crédits. C'est une situation très regrettable à mon avis. Je suis un ardent défenseur du rôle de la radiodiffusion publique et des grandes traditions de Radio-Canada. La direction actuelle se trouve dans une situation extrêmement difficile, même si elle n'y est pour rien. Elle n'a pris le gouvernail que depuis peu, et il lui faudra des fonds de transition pour maintenir la barque à flot pendant qu'elle la repositionne.

[*Text*]

All of this means that what you are looking at, the four or five I just mentioned plus the ones Mr. McKinnon mentioned, the kind of image advertising, might all have a place in future years, once the CBC has won back enough audiences so they can say, look, if you like what we're doing we're going to have to change the way of funding. We don't want to be putting the bite on Parliament every year; we'd rather it be done in a more stable way or a more automatic way. For example—and I'm not supporting this; I'm just outlining it—they might say there is a certain justice or reason in having the distribution system that lives mainly off U.S. programming contributing to Canadian programming.

• 1015

Mr. Ianno: If I understand you correctly, as long as the management of English TV finds ways of attracting the audience, then it will be able to survive with alternate sources, plus advertising, etc.

Mr. Spicer: I'm talking of the next year or two. I don't think they believe they have forever. I think they understand perfectly well that they have to win back audiences in the next year or two.

Mr. Ianno: Let me go back to my first question.

The Chair: Perhaps we could make this—

Mr. Ianno: This is the last one. If CBC radio and its management were able to decide how to keep its audiences and still advertise, what would be wrong with that?

Mr. Spicer: I'm sorry. I answered your previous one thinking of television, and you were talking radio.

Mr. Ianno: No, I was asking television. I was initially asking about television, but now it is radio.

Mr. Spicer: So you are saying if it could be proven that they could. How would you prove that? Would you run a six–month trial, something like that? Is that what you have in mind?

Mr. Ianno: I don't know. If you have confidence in CBC English television, why don't you have confidence in the management of English radio?

Mr. Spicer: I didn't say I had blind confidence in English television. I was trying to say in the most neutral way possible what everybody knows, that they are having terrible budget problems and mandate problems. They are going to need some stable financial support to carry them through the next couple of years anyway, maybe a little more, so that they can reposition that.

As for radio, personally, I would fear adding commercials to an excellent network that is really the envy of North America, if not the world. For anybody who listens to it, commercial–free radio, that in itself is worth the price of admission. Do any of

[*Translation*]

Tout cela pour vous dire que les formules que vous examinez, les quatre ou cinq formules que je viens d'énumérer plus celles qu'a évoquées M. McKinnon, comme la publicité de marque, pourront toutes être d'une certaine utilité dans quelques années, une fois que Radio–Canada aura reconquis une part d'auditoire suffisante pour qu'elle puisse dire: «Écoutez, si vous aimez ce que vous voyez sur nos ondes, il faudra trouver de nouvelles formules de financement. Nous ne voulons pas avoir chaque année à mendier de nouveaux crédits au Parlement; nous préférerions jouir d'un financement plus stable ou plus automatique.» La SRC pourrait par exemple,—je ne fais qu'énoncer sa position, sans nécessairement l'entériner—dire qu'il n'est que juste d'obliger le réseau de distribution dont les revenus proviennent surtout d'émissions américaines à contribuer à la programmation canadienne.

M. Ianno: Vous avez bien dit que, si la Direction de la télévision anglaise trouve des moyens d'accroître en partie son auditoire, elle pourra survivre grâce à de nouvelles formules de financement, grâce aussi à la publicité, etc.

M. Spicer: La direction aurait besoin d'un an ou deux. Je ne crois pas qu'elle s'imagine pouvoir continuer ainsi indéfiniment. Elle comprend très bien qu'il lui faudra reconquérir une certaine part d'auditoire d'ici un an ou deux.

M. Ianno: Permettez–moi de revenir à ma première question.

Le président: Peut–être que ce pourrait être. . .

M. Ianno: Ce sera ma dernière question. Si la Direction de la radio de Radio–Canada pouvait trouver un moyen de conserver son auditoire tout en acceptant des annonces publicitaires, pourquoi s'y opposerait–on?

M. Spicer: Je suis désolé. J'ai répondu à votre question précédente pensant que vous parliez de la télévision alors que vous parliez de la radio.

M. Ianno: Non, je parlais de la télévision. Ma première question concernait la télévision, mais je vais maintenant vous interroger au sujet de la radio.

M. Spicer: Alors, vous dites que s'il pouvait être prouvé que. . . comment cela pourrait–il être prouvé? Faudra–t–il tenter l'expérience pendant six mois ou quelque chose du genre? Est–ce à cela que vous pensez?

M. Ianno: Je ne sais pas. Si vous avez confiance en la télévision anglaise de Radio–Canada, pourquoi n'avez–vous pas la même confiance en la direction de la radio anglaise.

M. Spicer: Je n'ai pas dit que j'avais une confiance aveugle en la télévision anglaise. J'ai essayé de dire dans des termes aussi neutres que possible ce que chacun sait, à savoir que la télévision de Radio–Canada éprouve des problèmes terribles en raison de son budget et de son mandat. Elle devra pouvoir compter sur un soutien financier stable pour lui permettre de survivre au moins pendant deux ans, et peut–être un petit peu plus longtemps, de façon à pouvoir se repositionner.

Pour ce qui est de la radio, j'hésiterais beaucoup à ajouter des annonces publicitaires à un excellent réseau qui fait déjà l'envie de l'Amérique du Nord, sinon du monde entier. Pour quiconque l'écoute, le fait d'avoir un service de radio libre de

[*Texte*]

you really love listening to commercials? Shouldn't Canadians have the pleasure of having one network where their ears are not assaulted with soap ads or whatever? I think it's a wonderful thing to hear a symphony without some guy charging in and saying: "Now, before we give you the third movement of Beethoven's symphony, we're going to sell you some deodorant or some dog food."

Mr. Ianno: There are a lot of things that we would like and that many Canadians need, which right now are very difficult to give them. We are here to look at how to find ways to live within our means to survive.

The Chair: On that note we will move over to Jan Brown.

Mrs. Brown: Mr. Spicer, I am going to move to the issue of RDI. We have had some discussion of it.

In *Le Droit* of October 19, 1994, you are quoted as saying:

> Nous avons dit à Radio–Canada que si on ne pouvait pas l'obtenir par la voie de la négociation, nous l'imposerions. . .

First I want to ask you if the quotation is accurate, because it is my understanding that in June you had indicated that this would be a discretionary package. Somewhere between June and October there was a change of mind about the basic package. This decision appears to be an attempt to provide services for francophone Canadians outside of Quebec with all Canadian taxpayers footing the bill, whether they choose to or not. It's not even going to be up to us to say yes or no.

I would like to finish my question. You may object even to the way it's posed, but the decision came after the Parti Québécois won in Quebec. Was changing your mind based on business and regulatory reasons or was it based on politics? If it was the former, what were they? If it was the latter, does such decision–making fall within the mandate of the CRTC?

Mr. Spicer: I wish I could just say all of the above.

Mrs. Brown: But you can't.

Mr. Spicer: I won't. I'll resist the easy temptation.

The quote is almost right. What I have told anybody who wants to listen—and this is public knowledge; I think I said it before this committee—is that if the voluntary negotiations going on now, which by the way are incredibly promising. . . I am going to be summoned here and hanged by Madam Tremblay if this does not happen in January. I will appear and take my punishment like a good little boy if it doesn't happen that way.

If it doesn't happen—because I have only one vote out of about fifteen or sixteen—I've said we will entertain favourably a request by the CBC to make it obligatory. I also said that if that were the case, we would want Newsworld in Quebec as well. We

[*Traduction*]

toute annonce publicitaire vaut certainement le prix qu'il en coûte. Y en a–t–il parmi vous qui peuvent vraiment dire qu'ils aiment écouter les annonces publicitaires? Les Canadiens ne devraient–ils pas pouvoir avoir accès à un réseau au moins où ils ne sont pas constamment assaillis par des annonces de détersifs ou de quelque autre produit? Pour ma part, je trouve extraordinaire de pouvoir écouter une symphonique sans l'intervention intempestive de celui qui dit: «Bon, avant de vous présenter le troisième mouvement de la symphonie de Beethoven, nous allons vous vendre un désodorisant ou de la nourriture pour chiens».

M. Ianno: Il y a bien des choses que nous aimerions avoir et dont beaucoup de Canadiens ont besoin, mais il est très difficile à l'heure actuelle de les leur donner. Nous sommes ici pour essayer de trouver des moyens de vivre selon nos moyens, de survivre.

Le président: Je cède maintenant la parole à Jan Brown.

Mme Brown: Monsieur Spicer, je veux vous parler du RDI. Nous en avons déjà discuté.

Dans *Le Droit* du 19 octobre 1994, on vous cite en ces termes:

> We told CBC that if we couldn't get it through negociations, we would impose it—

Je vais tout d'abord vous demander si c'est bien ce que vous avez dit, car il me semble qu'en juin, vous aviez indiqué qu'il s'agirait d'un service discrétionnaire. Quelque part entre le mois de juin et d'octobre, vous avez changé d'avis au sujet du service de base. Cette décision semble être motivée par le désir d'assurer des services aux Canadiens francophones de l'extérieur du QQuébec et de faire payer la note à tous les contribuables canadiens, qu'ils le veuillent ou non. Nous n'aurons même pas la possibilité de dire oui ou non.

Si vous le permettez, je voudrais terminer ma question. Vous vous opposerez peut–être à ce que je la formule de cette façon, mais la décision a été prise après la victoire du Parti Québécois au Québec. Avez–vous changé d'avis pour des raisons d'affaires et de réglementation ou pour des raisons d'ordre politique? Si c'était pour des raisons d'affaires ou de réglementation, quelles étaient ces raisons? Si c'était pour des raisons d'ordre politique, appartient–il au CRTC de prendre de telles décisions?

M. Spicer: Je voudrais pouvoir simplement répondre que c'est pour toutes ces raisons–là.

Mme Brown: Mais vous ne le pouvez pas.

M. Spicer: Je ne le ferai pas. Je résisterai à la tentation de la facilité.

La citation est presque exacte. J'ai dit à tous ceux qui veulent l'entendre—et publiquement, devant votre comité, je crois—que, si les négociations visant à en arriver à un règlement volontaire, qui soit dit en passant, sont extrêmement prometteuses. . . je serai convoqué ici et pendu par M^me^ Tremblay si nous n'obtenons pas le RDI en janvier. Je me présenterai ici et je me soumettrai comme un enfant sage que je suis à mon châtiment si nous n'arrivons pas à négocier cela.

Si nous n'y arrivons pas—puisque je n'ai qu'une voix sur 15 ou 16—, j'ai dit que nous entendrions favorablement une demande de Radio–Canada de rendre le service obligatoire. J'ai également dit que, à ce moment–là, nous voudrions que

[*Text*]

would impose the two services, if the CBC were to request the two as a package everywhere in Canada, on the simple grounds that news is the bedrock of public understanding of issues, and it's in the interest of all Canadians coast to coast to have both services.

[*Translation*]

Newsworld existe aussi au Québec. Nous imposerions les deux services si Radio–Canada demandait qu'ils soient offerts en tandem partout au Canada, pour la bonne raison que l'actualité est la condition sine qua non pour comprendre les questions de l'heure et qu'il est dans l'intérêt de tous les Canadiens d'un océan à l'autre d'avoir les deux services.

• 1020

I think we're talking of 10¢ a month, which I don't think is the kind of thing any westerner or anybody wants to mount the barricades for. If this were to happen in some isolated area of western Canada, it would probably also happen in Lac–Saint–Jean for Newsworld. I don't think the people in Lac–Saint–Jean would object to this if they knew that was the price—10¢ to have Newsworld, if their francophone brothers in the rest of Canada were going to have RDI. I think they would find that very fair.

Je crois qu'il en coûterait environ 10c. par mois et je ne pense pas que les gens de l'Ouest ou de quelque autre région soient prêts à monter sur les barricades pour un montant pareil. Si le RDI était distribué dans quelque localité isolée de l'Ouest du Canada, il en serait sans doute de même pour Newsworld au Lac–Saint–Jean. Je ne pense pas que les gens du Lac–Saint–Jean s'y opposeraient s'ils savaient qu'il ne leur en coûterait que 10c. pour avoir la chaîne Newsworld et qu'en contrepartie leurs cousins du reste du Canada auraient accès au RDI. Je pense qu'ils trouveraient cela très équitable.

Mrs. Brown: Why did you change your mind between June and October between the discretionary package, one that would have been chosen on a discretionary basis, and now one that will be imposed?

Mme Brown: Pourquoi avez–vous changé d'avis entre juin et octobre sur le caractère discrétionnaire du service, qui devra maintenant faire obligatoirement partie du service élargi?

Mr. Spicer: I don't recall changing my mind really. My position has always been that we would like to see the two services everywhere. I'm sure I said that a year ago. We would like to see the same services everywhere—and you'll remember that at our last meeting we went through this—but we infinitely prefer that it be negotiated locally.

M. Spicer: Je ne me souviens pas d'avoir vraiment changé d'avis. J'ai toujours dit que les deux services devraient être distribués partout. Je suis sûr que c'est ce que j'ai dit il y a un an. Nous voudrions que les mêmes services soient diffusés partout—et vous vous souvenez sans doute que nous en avons parlé à notre dernière rencontre—, mais nous préférerions de beaucoup que cela puisse être négocié à l'échelle locale.

Your colleagues from the Bloc Québécois were more than skeptical about this, and that's why I'm coming back in January. We prefer that it happen voluntarily because we don't like to set precedents for imposing services. But I can tell you quite openly, and repeat what I've said for the last year: if it is not negotiated on the normal commercial basis, then we will entertain favourably a request by CBC to impose both services coast to coast, probably at a cost of a dime a month for everybody, and you'll get both.

Vos collègues du Bloc québécois étaient plus sceptiques à ce sujet, et c'est pourquoi je reviendrai en janvier. Nous préférons que ce soit volontaire, nous ne tenons pas à nous engager dans la voie de la contrainte. Mais je peux vous le dire très ouvertement, et je réitère ici ce que j'ai dit l'an dernier: si nous ne réussissons pas à obtenir ce service dans le cadre des négociations commerciales habituelles, nous serons prêts à accueillir favorablement une demande de Radio–Canada visant à imposer les deux services d'un océan à l'autre, moyennant sans doute 10c. par mois par abonné, et vous aurez les deux services.

Think of the benefits of this for children. If you don't want to watch the RDI, maybe your kids in French immersion do.

Pensez aux avantages que les enfants en tireraient. Si vous ne voulez pas regarder le RDI, peut–être que vos enfants qui sont en immersion française voudront le regarder.

Mrs. Brown: Well, I know you say about 10¢, but when you multiply that by the number of millions of people who subscribe, it seems to me it may have a potential for an alternative revenue source for the CBC, which I would really like—

Mme Brown: Je sais bien que vous dites qu'il en coûterait environ 10c., mais quand on multiplie ce montant par les millions d'abonnés que l'on compte au Canada, il me semble que ce pourrait être une nouvelle source de financement pour Radio–Canada, et je voudrais...

Mr. Spicer: Okay.

M. Spicer: D'accord.

Mrs. Brown: I would like you to be upfront about that.

Mme Brown: Je voudrais que vous soyez franc là–dessus.

Mr. Spicer: I'm trying to be upfront.

M. Spicer: J'essaie d'être franc.

Mrs. Brown: Oh, I know.

Mme Brown: Oui, je le sais.

Mr. Spicer: Okay, I'm trying...

M. Spicer: D'accord, j'essaye...

Mrs. Brown: It's part of the question.

Mme Brown: Cela fait partie de la question.

[*Texte*]

Mr. Spicer: But maybe automatically it is. . . Well, there you go. Thank you. You've given us a new argument. Another 10¢ for the CBC. . .20¢, in fact, if you have both. Thank you, Madam Brown, for solving the. . .

The Chair: It's now on the record that the Reform Party has proposed, as an alternative. . .have I got that right?

Some hon. members: Oh, oh!

Mrs. Brown: We certainly did not.

The Chair: I want to make sure.

Mrs. Brown: I certainly did not. Mr. Chairman, for the record, strike that. Thank you.

The Chair: Oh, I got that wrong. Excuse me.

Mrs. Brown: That's inappropriate. Yes, you did.

The Chair: I wonder if I could ask a couple of questions at this point. This comes back to the mandate issue. I asked a series of questions like this of Mr. Manera and I wasn't quite certain I got the answer that helped me.

Mrs. Brown: Mr. Chairman, maybe I should ask you to strike that comment, even in jest, because it is on the record and the transcript will show that and it won't have all of the laughter in the room when it was recorded.

The Chair: If we're allowed to strike that, we shall strike it. If not, will the transcript reveal laughter in the room?

Mrs. Brown: It was a joke on your part.

The Chair: It was a hilarious joke on my part.

Mr. Spicer: With hilarious and sympathetic laughter.

Mrs. Brown: I don't know about the sympathetic.

Mr. Spicer: Compelling laughter. Seductive laughter.

The Chair: Anyway, we've got that all straightened away, I think.

Mr. de Jong (Regina—Qu'Appelle): I think the further this goes on, the more ridiculous it's going to look on the record. It's interesting.

The Chair: I want to come back to the whole issue of mandate. Here's the difficulty I have. I can't decide, from looking at the Broadcasting Act, whether the mandate can apply in parts—first of all to the radio services, that the radio services, free–standing, are thought to fill the mandate of the Broadcasting Act, and over here in the television side, French and English, free–standing, they also fulfil the mandate of the Broadcasting Act. Or is it only when you put the whole thing together—French, English, radio, television—that the Broadcasting Act mandate is fulfilled? That's my get–into–this question.

Mr. Spicer: Mr. Chairman, I think you're quite right. You do have to include all of the elements of the CBC in addition to English and French radio, AM and FM, and English and French television. You have to add the northern service. There is also

[*Traduction*]

M. Spicer: Mais peut–être qu'effectivement. . . Eh bien, voilà. Merci. Vous venez de nous donner un nouvel argument. Dix cents de plus pour Radio–Canada. . . 20c. en fait pour les deux. Merci, madame Brown, d'avoir réglé le. . .

Le président: Le Parti réformiste vient de proposer publiquement une autre source. . . c'est bien cela?

Des voix: Ah! Ah!

Mme Brown: Pas du tout.

Le président: Je veux être sûr d'avoir bien compris.

Mme Brown: Ce n'est pas du tout ce que j'ai dit. Monsieur le président, je vous demande de rayer cela du procès–verbal. Merci.

Le président: Ah, j'ai mal compris. Désolé.

Mme Brown: Je trouve cela inacceptable. Oui, vous avez mal compris.

Le président: Je me demande si je pourrais poser deux ou trois questions. Il s'agit du mandat de Radio–Canada. J'ai déjà posé une série de questions à ce sujet à M. Manera, et je ne suis pas sûr d'avoir obtenu une réponse qui puisse m'éclairer.

Mme Brown: Monsieur le président, je vous demande de rayer ce que vous avez dit, même s'il s'agissait d'une plaisanterie, car vos propos seront consignés au procès–verbal, mais les rires qu'ils ont suscités n'y seront pas consignés.

Le président: Si nous avons le droit de le faire, ce sera fait. Sinon, peut–on consigner au procès–verbal les rires que j'ai déclenchés dans la salle?

Mme Brown: C'était une blague.

Le président: C'était une blague drôle.

M. Spicer: Qui a suscité l'hilarité et l'approbation.

Mme Brown: Pour ce qui est de l'approbation, je n'en suis pas sûre.

M. Spicer: Une hilarité contagieuse et convaincante.

Le président: Bon, l'affaire est classée.

M. de Jong (Regina—Qu'Appelle): Ceux qui liront cet échange trouveront cela de plus en plus ridicule au fur et à mesure qu'ils avanceront dans leur lecture. C'est intéressant.

Le président: Je veux revenir à toute cette question du mandat. Voici ce qui me préoccupe. Je n'arrive pas à déterminer si, aux termes de la Loi sur la radiodiffusion, le mandat peut s'appliquer individuellement aux diverses branches de Radio–Canada—d'abord au volet radio: le volet radio, pris isolément est–il conforme au mandat énoncé dans la Loi sur la radiodiffusion, et le volet télévision, français et anglais, pris isolément, est–il également conforme au mandat énoncé dans la Loi sur la radiodiffusion? Ou est–ce seulement quand on prend la SRC comme un tout—radio française et anglaise et télévision française et anglaise—que l'on considère qu'elle s'acquitte du mandat qui lui est confié par la Loi sur la radiodiffusion? Voilà ce que je vous propose comme entrée en matière.

M. Spicer: Je crois que vous avez parfaitement raison, monsieur le président. Il faut inclure toutes les branches de la SRC, la radio anglaise et française, la radio MA et MF et la télévision anglaise et française. Il faut également inclure le

[*Text*]

RCI, Radio Canada International, which I believe is still administered by CBC although it's under the foreign affairs budget. It used to be the armed forces network, which is now disbanded. My reading of the act is that it covers all of the activities.

[*Translation*]

service aux régions du nord. Il y a aussi le service RCI, Radio–Canada international, qui, si je ne m'abuse, est toujours administré par la SRC même s'il est financé à même le budget des Affaires étrangères. C'est celui qui a succédé au réseau des Forces armées, qui n'existe plus maintenant. À mon sens, le mandat énoncé dans la loi vise toutes les activités de la SRC.

• 1025

The Chair: When you're doing a review of the CBC and ask yourself whether the CBC in its current configuration fulfils the mandate of the Broadcasting Act, do you take into account all of the services?

Le président: Quand vous faites l'examen de la SRC et que vous vous demandez si, dans sa configuration actuelle, elle s'acquitte du mandat que lui confie la Loi sur la radiodiffusion, tenez–vous compte de tous les services de la SRC?

Mr. Spicer: We would, except in these recent renewals. One earlier in the year was for radio and the most recent one was specifically for television. Of course we didn't take into account Radio Canada International, which is administered by it, or the far north.

M. Spicer: Nous le faisons normalement, sauf que nous ne l'avons pas fait dans les audiences récentes sur le renouvellement des licences. Nous avons tenu des audiences pendant la première moitié de l'année sur le renouvellement des licences radio et les audiences les plus récentes visaient tout particulièrement la télévision. Naturellement, nous n'avons pas tenu compte du service Radio–Canada international, qui est administré par la SRC, ni du service au Grand Nord.

The Chair: Here's the part I have a problem with. I'm reading on page 7 of the renewal of the television licences where you say that the national broadcasting service should endeavour to remain a popular service and guard against becoming the preserve of esoteric minorities. My question is this: is CBC radio popular or is it the preserve of esoteric minorities? You've certainly phrased it that way. If it is good enough for radio, why isn't it good enough for television?

Le président: Voici l'extrait qui me préoccupe. À la page 7 de vos délibérations sur le renouvellement des licences de télévision, vous dites que le service de radiodiffusion nationale devrait, dans toute la mesure du possible, demeurer un service populaire et prendre garde de ne pas viser uniquement une minorité d'initiés. Ma question est la suivante: la radio de la SRC est–elle un service populaire ou est–elle réservée à une minorité d'initiés? Je reprends ici les mots que vous avez vous–même utilisés. Si cela vaut pour la radio, pourquoi cela ne vaudrait–il pas pour la télévision?

Mr. Spicer: I don't think you would consider Peter Gzowski's show to be directed to an esoteric minority. It's an extremely popular show and people of all backgrounds and every age find it very interesting. On the other hand, there are very high quality intellectual ideas. I guess we could stand two or three hours of intellectual programming a week. You don't need to have a Nobel prize to listen to it, but it doesn't insult your intelligence. It's a place where you can find surprises and originality.

M. Spicer: Je ne pense pas que vous puissiez considérer l'émission de Peter Gzowski comme une émission destinée à une minorité d'initiés. C'est une émission très populaire, qui attire des auditeurs de tous les milieux sociaux et de tous les âges. Par contre, on y parle d'idées qui stimulent énormément l'intelligence. Cela ne nous ferait sans doute pas de tort d'écouter deux ou trois heures d'émissions intelligentes par semaine. On n'a pas besoin d'être un Prix Nobel pour l'écouter, mais c'est une émission qui n'insulte pas non plus l'intelligence des auditeurs mais qui leur réserve des surprises et des idées originales.

I'd like to give you an example of the kind of programming the BBC does in a popular but intelligent way. It has a wonderful art appreciation show that is conducted by a nun in costume who walks through museums. This woman is so entertaining. She knows art wonderfully well. It is a really original way of approaching things. I think you need to have room somewhere on the dial for a bit of quirkiness.

Je vous cite en exemple une émission de la BBC qui s'inscrit dans une veine populaire, quoique intelligente. Il s'agit d'une émission animée par une religieuse portant l'habit de son ordre qui nous fait découvrir les chefs–d'oeuvre que recèlent les musées des beaux–arts. Cette religieuse est une animatrice hors pair, qui connaît très bien les arts. C'est une façon vraiment originale de nous faire apprécier les arts. Il me semble que l'originalité ne doit pas être exclue de la programmation.

The Chair: In other words, radio is fulfilling the mandate you outline here of a popular service and it isn't the captive of esoteric minorities. It's doing it with an 11% national market share, and yet you're riding English CBC television, which has a 14% market share, with admittedly different markets. Do the criteria change?

Le président: Autrement dit, la radio s'acquitte bien de l'obligation que vous lui faites ici d'être un service populaire qui n'est pas réservé à une minorité d'initiés. Elle y parvient avec 11 p. 100 du marché national, tandis que vous vous en prenez à la télévision anglaise de la SRC, qui a 14 p. 100 du marché, bien que leurs auditeurs ne soient pas les mêmes, j'en conviens. Les critères sont–ils différents?

Mr. Spicer: No.

M. Spicer: Non.

[*Texte*]

The Chair: In other words, if you could get a television equivalent, on either television, of what people like on CBC radio, would you be fulfilling the mandate of the Broadcasting Act?

Mr. Spicer: I imagine there are differences in the 11%. The competition in radio is quite different from television. Your question is directed to getting commercials on the—

The Chair: No, I'm saying that if the Friends of Canadian Broadcasting says the radio service is terrific, don't touch it, what would be involved in trying to make English television equally terrific while still focusing the form? Does the argumentation change when you move to television because it's such a vast medium that works differently?

Mr. Spicer: That's an excellent question. I think it's exactly the core of the thinking of people who want to salvage and improve English television. Many people are asking what would happen if you could miraculously get rid of all advertising. You could almost miraculously get rid of all American programming. If you wanted to be different from the private networks you could be different.

This is all hypothetical; I'm not recommending this. But just to pursue this hypothesis, maybe 10% of your programming could include the best of the rest of the world from Britain, Australia, India, Europe, or whatever. It could be 90% Canadian with no American programs. The threat to our culture does not come to Canada from New Zealand. That would be one way of sharpening the positioning of the CBC television; there's no doubt about it. I'm afraid I don't have the answer to where you'd find the money if you got rid of all the advertising.

The Chair: I'm worrying first about the mandate. If you did that, would it force a revisitation of the mandate?

• 1030

Mr. Spicer: Yes, it definitely would. I think I could promise you that if you were to remove advertising, if you could miraculously find other funds and get rid of all advertising on the CBC English television, you would have considerably different programming. It would be much more Canadian, much more daring, more original. You'd have more from the rest of the world. It could be, theoretically, the equivalent of CBC radio.

The Chair: Would we have to change the mandate as defined in the Broadcasting Act? Could we still do it within the words, just as CBC radio has done it?

Mr. Spicer: I'm not sure of that. If you were to come up with an equal amount of money from some of these other sources that we're discussing, maybe not. But I think the CBC management and creative people would be freed from the

[*Traduction*]

Le président: Autrement dit, si l'un ou l'autre service de télévision de la SRC nous donnait des émissions du genre de celles qui font la popularité de la radio de la SRC, s'acquitterait-elle du mandat qui lui est confié par la Loi sur la radiodiffusion?

M. Spicer: Il y a sans doute des différences dont il faut tenir compte relativement à cet auditoire de 11 p. 100. La concurrence dans le secteur radio est très différente de ce qu'elle est dans le secteur télévision. Par votre question, vous voulez en venir aux annonces publicitaires sur...

Le président: Non, je dis simplement ceci: si le groupe «Friends of Canadian Broadcasting» juge que le service radiophonique est formidable et qu'il ne faut pas y toucher, que faudrait-il faire pour que la télévision anglaise soit tout aussi formidable à sa façon? La nature des arguments est-elle différente quand il s'agit de la télévision, parce qu'il s'agit d'un médium tellement vaste qui fonctionne différemment?

M. Spicer: C'est là une excellente question. C'est justement ce qui est au coeur du raisonnement de ceux qui veulent sauver et améliorer la télévision de langue anglaise. Ils sont nombreux à se demander ce qu'il arriverait si, par miracle, toutes les annonces publicitaires disparaissaient. On pourrait presque faire miraculeusement disparaître toutes les émissions américaines. Si nous le voulions, nous pourrions nous doter d'une chaîne de télévision qui serait différente des chaînes privées.

Tout cela est hypothétique; ce n'est pas ce que je recommande. Dans ce scénario hypothétique, 10 p. 100 de la programmation pourrait être consacrée aux meilleures émissions produites par d'autres pays, comme la Grande-Bretagne, l'Australie, l'Inde ou l'Europe. Le reste de la programmation, soit 90 p. 100, pourrait être consacré à des émissions canadiennes, sans qu'il n'y ait aucune place pour des émissions américaines. Ce n'est pas la Nouvelle-Zélande qui constitue une menace pour notre culture canadienne. Ce serait là, à n'en pas douter, une façon de mieux positionner la télévision de la SRC. Hélas, je ne peux pas vous dire où la SRC puiserait ses revenus si la publicité était complètement interdite.

Le président: Je me soucie d'abord et avant tout du mandat. Si vous faisiez cela, faudrait-il réexaminer le mandat?

M. Spicer: Oui, absolument. Je peux vous assurer que si vous supprimiez la publicité, si, miraculeusement, vous pouviez trouver d'autres sources de financement et vous débarrasser de toute la publicité faite au réseau anglais de télévision, CBC, la programmation deviendrait très différente. Elle serait beaucoup plus canadienne, beaucoup plus aventureuse, beaucoup plus originale. Il y aurait plus de programmes en provenance du reste du monde et, en théorie, cela pourrait devenir l'équivalent de la radio CBC.

Le président: Faudrait-il changer le mandat de la SRC tel que défini par le Loi sur la radiodiffusion, ou bien pourrait-on s'accommoder de l'énoncé de cette loi, comme le réseau radiophonique l'a fait?

M. Spicer: Je n'en suis pas certain. Si on pouvait trouver autant d'argent grâce aux sources dont nous a parlé, peut-être que non. Cela dit, l'administration de la SRC et le personnel créateur seraient libérés de l'esclavage des cotes d'écoute et des

[*Text*]

slavery to ratings and mass audiences and they could go for quality in niche audiences at different hours of the day. That's really another way of serving the public. If you have commercials, you have to deliver to large audiences usually, network mass audiences, and that means you're driven to run the same kind of programming as the private station.

Then you, the MP, quite legitimately say, well, why should we pay for this if we can get if free on CTV or Global? You're quite right. But then you get caught in this downward spiral that everybody knows. Parliament cuts and then the CBC goes to more advertising. They go to more advertising and that immediately makes their programming more American. Because it's more American, you come back and want to cut it again, and down and down it goes to the end of the road.

We all understand that devilish spiral. What we're trying to do now is stop this spiral and give the CBC some breathing room, some stable funding so that they can get on with reorienting themselves towards a more public, more Canadian, more original type of programming. They will need, I very humbly submit, a great deal of support and sympathy, even from some of you—and I deeply respect what the Reform Party thinks on this—even in the form maybe of a bit of patience from the Reform Party. Give them a chance to reorient this marvellous national service, which deserves another chance. Without it, I think you'd quickly realize that we had lost a great deal of Canada.

The Chair: Thank you very much. I think it's Mr. de Jong's turn.

Mr. de Jong: Welcome, Mr. Spicer, to the committee. Your presentation is provocative and certainly demands some attention by this committee.

In your presentation you say: "First, the survival and success of the CBC demand a unique, sharp and compelling positioning in the forthcoming multi–channel universe. . ." Can you fill us in with a bit more substance on that?

Mr. Spicer: Yes. As I was just hinting earlier, I think it will have to be almost instantly different when you turn the dial. Patrick Watson and others have said that if you want to know whether the positioning is good, you should be able to tell within about five seconds of turning the dial whether it's different, whether this is CBC or CTV.

Second, I think any plan to revitalize the English television network will have to go towards radical Canadianization, and they're trying to do that. If you can help them with their finances, they'll have to go a lot farther. Then I think we can get the spiral going up. The more Canadian it is, the more different and original it is, the more audiences will come to it, but not everybody. There will be a lot of people who just want to watch American sitcoms. But there will be a whole category of Canadians—call them the disaffected CBC supporters—who will come back and look forward to the kind of challenging, daring, risk–taking television you had on the CBC in the 1950s and 1960s.

[*Translation*]

auditoires de masse et ils seraient libres de chercher des auditoires particuliers pour chaque plage horaire et de rechercher la qualité. Ce serait un autre moyen de servir le public. Avec la publicité, il faut composer avec de grands auditoires, des auditoires de masse du réseau, ce qui force à offrir la même programmation que les stations privées.

Vous qui êtes député, vous dites, et tout à fait légitimement, pourquoi payer pour ce genre de choses quand nous pouvons l'avoir gratuitement sur CTV ou Global? Vous avez parfaitement raison. Mais on est alors emprisonné dans cette spirale descendante que nous connaissons tous. Le Parlement fait des coupes et la SRC se tourne de plus en plus vers la publicité. Plus la publicité augmente, plus la programmation devient américaine. Comme la programmation est plus américaine, vous revenez à la charge et vous voulez faire de nouvelles coupes, ce qui fait augmenter la publicité, etc., etc.

Nous comprenons tous à quel point cette spirale est néfaste. Ce que nous essayons de faire maintenant, c'est d'y mettre fin et de donner à la SRC une marge de manoeuvre, c'est–à–dire un financement suffisamment stable pour permettre à la Société de se réorienter vers une programmation plus axée sur son public, plus canadienne et plus originale. Pour y parvenir, elle aura besoin, à mon humble avis, de beaucoup de soutien et de sympathie, même de votre part, et même d'un peu de patience de la part du Parti Réformiste—ce qui ne m'empêche pas de respecter profondément les opinions du Parti Réformiste. Bref, qu'on donne à Radio–Canada la chance de réorienter ce merveilleux service national qui le mérite bien. Faute de quoi, nous risquons de nous apercevoir très vite que nous avons perdu un élément très important du Canada.

Le président: Merci beaucoup. Je pense que c'est le tour de M. de Jong.

M. de Jong: Monsieur Spicer, je vous souhaite la bienvenue au comité. Votre exposé donne matière à réflexion et mérite certainement l'attention de notre comité.

Dans votre exposé, vous dites: «Premièrement, pour survivre et connaître du succès, la SRC doit se tailler une niche unique, précise et incontestable dans l'univers aux multiples canaux. . .» Pouvez–vous développer un peu cet aspect?

M. Spicer: Oui. Comme je l'ai laissé entendre tout à l'heure, dès qu'on tournera le bouton, il faudra que la différence apparaisse presqu'immédiatement. Patrick Watson et d'autres ont déclaré que pour savoir si on a une niche incontestable, il faut pouvoir dire cinq secondes après avoir tourné le bouton s'il s'agit de CBC ou de CTV.

Deuxièmement, tout remaniement du réseau anglais de télévision doit tendre vers une canadianisation radicale, et c'est ce qu'on essaie de faire. Si vous pouvez leur apporter une aide financière, ils pourront aller beaucoup plus loin. Ensuite, on pourra remonter dans la spirale. Plus le réseau sera canadien, plus il sera différent et original, plus il attirera d'auditoire, mais pas forcément tout le monde. Beaucoup de gens continueront à regarder les comédies américaines. Cela dit, il y aura toute une classe de Canadiens—on pourrait les qualifier de supporters désabusés de la SRC—qui reviendront et qui regarderont avec plaisir la télévision aventureuse et courageuse qu'était la SRC/CBC pendant les années 1950 et 1960.

[*Texte*]

We all remember some of those great shows. Remember that on the French network you used to be able to see an opera, a whole opera, run beautifully and camera work? I believe the French network won an Oscar in Hollywood for one of its operas. You don't see that any more. You don't see ballet.

Mr. de Jong: I have seen this particularly, I'm afraid, in both public and cooperative enterprises, where they start out being very creative and then get top–heavy. As a socialist, I'm saying this, but I recognize this as a socialist problem with public enterprises. In private enterprise there's of course a market mechanism whereby if you're not producing, you're out. That creates a constant change. What I've noticed at times in both public and cooperative enterprises is that they get top–heavy. The creative juices are long gone, yet people are still kept on and a lethargy begins to develop.

Do you think CBC television has been losing its creative juices, that a lethargy has been developing, that it needs almost a cultural revolution from within to open the windows and get some creative energies happening again?

Mr. Spicer: You're opening a very tempting door, and I think I'll risk strolling through it.

Some hon. members: Oh, oh!

The Chair: That's why we all came.

Mr. Spicer: I'll do it discreetly but clearly. I think we all know that after a few decades any human organization develops bureaucracies. I also think that, as I mentioned earlier, when you're living in a state of constant terror, as the CBC now is on the budget front, it's hard to be creative. It's hard to take big risks because if you bomb too often, you're going to lose even more support. I think those two factors, the historical ones and the budgetary ones, are definitely in play—bureaucratization, which is a human condition and the original sin of organizations; and secondly, the fear of losing even the dwindling budget they have.

There are fewer people who have not worked for the CBC in this country than who have. I freelanced for the CBC many years ago and for most of the other networks at one time. Like anybody who respects the idea of public broadcasting, I can give you a tirade about overspending, fat, and so on, any time under the slogan of "he who loves well, chastises well".

I'm not going to defend CBC spending in this or that area. That's why the Auditor General is there and why you're here. However, to take your question to its conclusion, it wouldn't be a bad idea—and it may be happening—for someone in the upper spheres of the CBC to take a zero–based look at how you would start a public television network if nothing were there now. What would you do if you had a 40–or 50–channel universe, soon to become a couple of hundred? Would you just start off with

[*Traduction*]

Nous nous souvenons tous de ces superbes spectacles. Souvenez–vous qu'au réseau français on pouvait regarder un opéra, un opéra en entier, avec un travail de caméra magnifique. Je crois me souvenir que le réseau français avait gagné un oscar à Hollywood pour un de ses opéras. Cela n'existe plus. On ne voit plus non plus de ballet.

M. de Jong: Je crains fort que cela ne soit assez classique, à la fois dans les entreprises publiques et les entreprises coopératives, on commence par donner beaucoup de place à la créativité puis on s'aperçoit qu'il y a trop de chefs. Je le dis en tant que socialiste, mais je sais aussi que c'est un problème socialiste en ce qui concerne les entreprises publiques. Dans le secteur privé, les mécanismes du marché font qu'une entreprise qui ne produit pas disparaît. C'est une source permanente de changement. Je me suis souvent aperçu que les entreprises publiques et les entreprises coopératives avaient tendance, à la longue, à donner trop de place à l'administration. Les courants créateurs disparaissent, mais les gens restent et l'entreprise devient léthargique.

• 1035

Pensez–vous que le réseau de télévision la SRC manque aujourd'hui de créativité, qu'il est devenu léthargique, qu'il a besoin, pour ainsi dire, d'une révolution culturelle intérieure pour faire souffler un nouveau vent de créativité dans ces services?

M. Spicer: Vous ouvrez une porte qui me tente beaucoup, et je crois que je vais m'y risquer.

Des voix: Oh, oh!

Le président: C'est pour cela que nous sommes ici.

M. Spicer: Je vais le faire discrètement mais clairement. Nous savons tous qu'après quelques décennies une organisation humaine, quelle qu'elle soit, finit pas s'entourer d'un gros appareil administratif. Je pense aussi, comme je l'ai dit plus tôt, que lorsqu'on vit dans un climat de terreur constante, comme c'est actuellement le cas de la SRC sur le plan budgétaire, il est difficile de faire preuve d'esprit créatif. Il est difficile de prendre de gros risques car, si on échoue trop souvent, on finira par perdre le peu de soutien qui reste. Les deux facteurs, le facteur historique et le facteur budgétaire, jouent certainement un rôle; la bureaucratisation est une réalité humaine et le péché original de toute organisation. Deuxièmement, la société craint de perdre le peu de budget qui lui reste.

Dans notre pays, il y a moins de gens qui n'ont jamais travaillé pour la SRC que de gens qui l'ont fait. J'ai travaillé à la pige pour CBC pendant de nombreuses années et, également, pour la plupart des autres réseaux à un moment ou à un autre. Comme tous ceux qui respectent l'idée d'un système de radiodiffusion publique, je pourrais vous faire un grand discours sur les dépenses excessives, le gaspillage, etc., en me réclamant du slogan: «Qui aime bien châtie bien».

Je n'ai pas l'intention de défendre les dépenses de la SRC dans tel ou tel domaine. C'est la fonction du vérificateur général, c'est également la vôtre. Toutefois, pour répondre entièrement à votre question, il serait peut–être bon, c'est peut–être ce qui va se produire, que quelqu'un dans la haute administration de la SRC reparte à zéro et s'interroge sur ce qu'il faudrait faire pour mettre en place un réseau de télévision public s'il n'en existait pas déjà un. Dans un univers de 40 ou 50

[*Text*]

today's budget not knowing what it was for? Would you start off with all of today's buildings? Would you start off with today's equipment? Would you start off with all of the people and unions?

In other words, is the CBC a real estate company, a technological company, or a broadcasting company? What is the heart of it? I think obviously the heart of it is broadcasting, the heart of it is the TV watcher, the—

Mr. de Jong: Is it broadcasting or production?

Mr. Spicer: It's programming, if you wish.

Mr. de Jong: Programming is number one.

Mr. Spicer: You can see in that two ways—how it is produced and how it is received.

Now, how you get from A to B is delightfully difficult. I think Mark Twain said that his solution to the U–boat crisis in World War I was to boil the Atlantic Ocean. People said, why can't you be more practical? He said, I only do the theory; you guys are paid to work it out. I'm just giving you the theory as to how this might be done. I think that conceptually it would be helpful, and maybe you can help the CBC to do it.

Some may say this is science fiction, but it's time for something really radical, I think. Radical thinking and how you effect it is another question. However, I think conceptually it would be helpful if at least in the back rooms of the CBC somebody were to take a very ruthless look at what they would put out there if they were starting from zero. If they did, I think the problem might be less difficult than they realize. They'd probably end up with—

The Chair: Thank you. I think we'd better move along because it has been over five minutes.

Mr. Cannis.

Mr. Spicer: Perhaps I could just add one thing.

The Chair: Sure.

Mr. Spicer: I believe completely in what I just said, but I realize it's gratuitously and hopelessly theoretical. As I said, you have to have the theoretical debate over here. If you agree on the conclusions, you then have to have a team of hard–nosed managers make it work. I don't know how.

• 1040

Mr. de Jong: I have a final supplementary on that because I think we've gotten to the heart of this. If this committee is to do a successful report, we have to enter into that process of almost starting from zero base and asking questions about what is in the public interest in the age of 500 channels and the telecoms. What role does public broadcasting play in this as well, with all the budget restraints and so forth?

[*Translation*]

canaux, qui seront 200 d'ici peu de temps, comment s'y prendrait–on? Commencerait–on par le budget dont on dispose aujourd'hui sans savoir à quoi il servait? Garderiez–vous tous les immeubles que la Société possède aujourd'hui, tout le matériel, tous les employés et leurs syndicats?

Autrement dit, est–ce que la SRC est une entreprise immobilière, une entreprise technologique ou une entreprise de radiodiffusion? Quel en est le coeur? De toute évidence, c'est la radiodiffusion, c'est le spectateur devant sa télévision, le. . .

M. de Jong: S'agit–il de radiodiffusion ou de production?

M. Spicer: Parlons de programmation, si vous le voulez.

M. de Jong: La programmation, c'est ce qui est le plus important.

M. Spicer: On peut voir les choses sous deux angles: comment les programmes sont réalisés et comment ils sont reçus.

Maintenant, quand il s'agit de décider comment passer de A à B, cela devient délicieusement difficile. C'est Mark Twain, je crois, qui a proposé de résoudre la crise des U–boat pendant la Première Guerre mondiale en faisant bouillir l'océan Atlantique. Les gens lui ont dit: pourquoi n'êtes–vous pas plus pratique? Il a répondu: je ne m'occupe que de la théorie, vous êtes payé pour la mettre en pratique. Bref, je vous donne la théorie, je vous explique comment on pourrait faire. Je pense que c'est un exercice conceptuel qui pourrait être utile, et peut–être pourriez–vous encourager la SRC à se livrer à cet exercice.

Certains vous diront que c'est de la science fiction, mais à mon avis, le temps des solutions radicales est venu. Une réflexion radicale et sa transposition dans les faits, c'est une autre question. Toutefois, sur le plan conceptuel, il serait utile, ne serait–ce que dans les officines de la SRC, de s'interroger très sérieusement sur la façon dont on ferait les choses si l'on devait partir de zéro. Posé de cette façon–là, le problème pourrait s'avérer un peu moins difficile qu'on ne le pense. On trouverait probablement. . .

Le président: Merci. Cette intervention a duré plus de cinq minutes, je crois que nous devons passer à quelqu'un d'autre.

Monsieur Cannis.

M. Spicer: Permettez–moi d'ajouter une chose.

Le président: Certainement.

M. Spicer: Je suis convaincu du bien–fondé de ce que je viens de dire, mais je sais bien que c'est assez gratuit et désespérément théorique. Comme je vous l'ai dit, il faut commencer par un débat théorique. Ensuite, si on est d'accord sur les conclusions, on peut faire appel à une équipe d'administrateurs impitoyables pour trouver des solutions pratiques. J'ignore comment.

M. de Jong: J'ai une dernière question parce que je crois que nous sommes enfin parvenus au coeur de la question. Si notre comité veut rédiger un rapport utile, il doit se livrer à cet exercice, repartir à zéro et se demander où se situe l'intérêt public à l'ère des 500 canaux et des télécoms. Quel est le rôle de la radiodiffusion publique dans cet univers, sans oublier les restrictions budgétaires et autres considérations?

[*Texte*]

I'm hoping, Mr. Chairman—and this is not a question but a comment—that perhaps we can, when we start writing the report, call upon Mr. Spicer again for assistance and for advice and observation in this process.

The Chair: I'm sure that if we need him he would—

Mr. Spicer: I always love to come back. I'll be back in January if that's any good.

The Chair: Mr. Cannis.

Mr. Cannis (Scarborough Centre): Thank you, Mr. Chairman. Mr. Spicer, welcome once again to our committee.

I'd like to open by going back to Mr. Ianno's opening statement: you're not in the business of advising but previously you did make recommendations. To me, with advising and recommending, I don't see the difference. For example, you made recommendations to increase children's programs and it seems that will happen. In your presentation you state: "Most people would agree that the CBC's radio services are meeting public expectations. The focus must now be on TV to find innovative solutions to strengthen its contributions."

In your conclusion you state: "The Commission also expected the CBC to increase its performing arts programming on the English network,"—and that most likely will happen—"and to reconsider the role of sports programming." You also stated that it's unwise to cut the CBC's funding.

Earlier on, my colleague from across inquired about the sports programming and how you would, if you did not advise or recommend, at least have some ideas given the wealth of expertise that you have and are noted for. If sports is one of the major sources of revenue for the CBC, and if we're going to improve in trying not to cater to the esoteric minorities, as mentioned earlier, but more go to the "exoteric" audience, how do we do that and how do we approach sports programming? I believe it is a thorn right now.

As you stated earlier, sports is going to change in the next five to ten years. Surely you must have some kind of vision or some way in which you've perceived it.

Mr. Spicer: Those are excellent questions, sir. First of all, about advising CBC, I don't think we would ever say we never try to offer gratuitous or other advice. What we try not to do is micro-manage, and maybe the line of the Rubicon is different for different people.

On sports, I was trying to say earlier that I think there probably is some role for sports. Given the vigorous debate in the columns of the newspapers between CTV and CBC sports chieftans, I'm not sure where the truth lies. I can see the CTV argument that it's not right for the CBC to be using public funds to outbid them on the Olympics. That certainly would stick in my craw if I were at the CTV. On the other hand, there is the CBC argument—arguing that *Hockey Night in Canada*,

[*Traduction*]

Monsieur le président, ce n'est pas une question mais une observation, j'espère que nous pourrons demander à M. Spicer de revenir lorsque nous commencerons à rédiger notre rapport; son aide et ses conseils pourraient nous être très utiles.

Le président: Je suis certain que si nous avons besoin de lui il. . .

M. Spicer: C'est toujours un plaisir pour moi. Si vous le voulez, je peux revenir en janvier.

Le président: Monsieur Cannis.

M. Cannis (Scarborough–Centre): Merci, monsieur le président. Monsieur Spicer, encore une fois nous vous souhaitons la bienvenue à notre comité.

Je reviens à l'introduction de M. Ianno: vous n'êtes pas là à titre de conseiller, mais il vous est arrivé de faire des recommandations. Personnellement, je ne vois pas tellement de différence entre des conseils et des recommandations. Par exemple, vous avez recommandé d'augmenter les émissions enfantines, et apparemment, cela va être fait. Dans votre exposé, vous dites: «La plupart conviendront sans doute que les services radiophoniques comblent les attentes du public. Ce qui importe, maintenant, c'est de mettre l'accent sur les services de télévision afin de trouver des solutions novatrices pour renforcer leur contribution.»

Dans votre conclusion, vous dites: «Le Conseil s'attend à ce que la Société augmente la programmation consacrée aux arts de la scène sur le réseau anglais». . . et c'est probablement ce qui va se produire. . . «et réexamine le rôle des émissions sportives.» Vous dites également qu'il ne serait pas avisé de couper le financement de la SRC.

Tout à l'heure, mon collègue d'en face vous a interrogé au sujet des émissions sportives et vous a demandé comment, sans pour autant conseiller ou recommander, vous vous y prendriez, étant donné la longue expérience que vous avez accumulée et pour laquelle vous êtes connu. Si les émissions sportives sont une des principales sources de revenu de la SRC, si nous voulons améliorer les choses en essayant de ne pas céder aux minorités ésotériques, comme on l'a dit tout à l'heure, mais plutôt donner la préférence à des auditoires «exotériques», que faut-il faire, en particulier, en ce qui concerne les émissions sportives? Pour l'instant, c'est une véritable épine que nous avons au pied.

Comme vous l'avez dit tout à l'heure, la scène sportive va changer d'ici cinq à dix ans. Vous devez avoir une idée de toute cette situation, d'une façon générale.

M. Spicer: Voilà d'excellentes questions, monsieur. Pour commencer, au sujet des conseils dispensés à la SRC, nous tenons avant tout à ne pas offrir de conseils gratuits ou autres. Ce que nous essayons d'éviter, c'est une micro-gestion, et tout le monde ne franchit pas le Rubicond au même moment.

En ce qui concerne les sports, j'ai essayé tout à l'heure d'expliquer que les émissions sportives avaient probablement leur rôle à jouer. Étant donné le débat vigoureux auquel on assiste dans les journaux entre CTV et CBC, les figures de proue en ce qui concerne les émissions sportives, je ne suis pas certain de comprendre où se situe la vérité. Je comprends les arguments de CTV qui prétend que Radio-Canada ne doit pas utiliser des fonds publics pour leur arracher les contrats de

[*Text*]

for example, is part of its historic personality—that if you're going to get people to watch some drama or documentaries, you have to create an aura of belonging—in other words a kind of spiritual home for television watchers. If you're comfortable with watching CBC, maybe you'll watch something else. I think they believe there's an overflow effect.

I don't have a secret plan for sports at CBC, believe me. I take note, however, that we have two excellent sports networks. The trend towards fragmentation of the market is continuing and there will be many more services in years to come. On January 1 we have the ones I mentioned. Two years later there will be another round, and it will probably be the last round that the CRTC will be involved in. After that, there will be enough bandwidth or open channels that anybody who wants to start a specialty channel will be able to try his luck, and we're eager for that day.

Really, we don't enjoy this role of playing God, even though people may think we get excited by it. We're interested in it, but it's not something we find delight in doing.

• 1045

As for the strategic plan for sports, what I see is conceivably more sports networks over the next five years. There might well be amateur sports networks, regional sports networks. Whether they'll succeed, I don't know. What this will do to the CBC mandate, we can all take a guess at.

As I said earlier, I think we're going to be living a series of endless transitions. The transitions are going to be shorter and shorter. The one we're in now, toward even 100 channels, is maybe four to five years. The next transition may be three years, then two. The whole world is telescoping and accelerating under the explosion of technology and market competition and consumer sovereignty. People are getting hooked on having what they want when they want it.

Mr. Cannis: That being the case, we're going to have, hopefully, these multichannels and multi–presentations. We have heard how CBC has fine–tuned, how their technique is rated right at the top. Is there maybe a way they can market that technique or their ability to be able to put on such a quality performance, where they could generate revenue as a result of marketing their technology to these future—

Mr. Spicer: That's a very promising point you're raising. The foreign affairs department has opened some doors for me in the last couple of years. They sent me over to Poland and Budapest and Prague to conferences, such as the Helsinki conference, the Conference on Security and Cooperation in Europe, to look into the needs of the media there. I found huge opportunities for Canadian broadcasters, public and private, not only to help those people anchor their free media and therefore

[*Translation*]

diffusion des Jeux olympiques. Certainement, si j'étais à CTV, je la trouverais mauvaise. D'un autre côté, il y a la position de la SRC qui dit que la Soirée du hockey au Canada, par exemple, fait partie de sa personnalité historique, et que pour convaincre les gens de regarder des documentaires ou des dramatiques, il faut commencer par leur donner l'impression que telle station est une sorte de foyer spirituel pour les téléspectateurs. S'ils sont habitués à regarder la SRC, peut–être regarderont–ils autre chose. Il y a là une sorte d'effet de vases communiquants à leur avis.

Je n'ai pas de plan secret pour les émissions sportives de la SRC, je vous l'assure. Toutefois, je constate que nous avons deux excellents réseaux sportifs. La tendance à la fragmentation du marché se poursuit et d'ici quelques années elle s'intensifiera. Le 1er janvier, nous aurons ceux dont j'ai parlé. Deux ans plus tard, une autre série de nouveaux–venus, et ce sera probablement la dernière fois que le CRTC aura à intervenir. Après cela, il y aura suffisamment de bandes et de canaux pour permettre à n'importe qui de lancer un canal spécialisé et de tenter sa chance. Nous attendons ce jour–là avec impatience.

Les gens pensent peut–être que cela nous excite, mais je vous assure que nous n'aimons pas faire semblant que nous sommes Dieu. C'est un travail intéressant, mais c'est loin de nous enthousiasmer.

Quant à un plan stratégique en ce qui concerne les sports, je pense que d'ici cinq ans on verra plus de canaux consacrés aux sports. Il pourrait y avoir des réseaux sportifs amateurs, des réseaux sportifs régionaux. Reste à savoir s'ils auront du succès. Quant à savoir également en quoi cela touchera le mandat de la SRC, nous pouvons tous faire des suppositions.

Comme je l'ai dit tout à l'heure, une longue période des transitions interminables nous attend. Ces transitions seront de plus en plus courtes. Celle que nous connaissons actuellement, qui doit nous amener à l'univers des 100 canaux, va durer peut–être quatre ou cinq ans. La prochaine ne durera peut–être que trois ans, et la suivante deux. Le monde entier se télescope et accélère son rythme sous le coup de l'explosion de la concourrence sur le plan technologique et dans les marchés et de la souveraineté des consommateurs. Les gens finissent par s'habituer à avoir ce qu'ils veulent quand ils le veulent, et ils ne peuvent plus s'en passer.

M. Cannis: Dans ce cas–là, il faut espérer l'avènement de ces multicanaux et de ces multiprésentations. On nous a dit comment la SRC avait perfectionné sa technique qui est considérée comme une des meilleures. N'y aurait–il pas moyen de commercialiser cette technique ou cette capacité à produire des performances d'une telle qualité, est–ce qu'on ne pourrait pas commercialiser cette technologie et en tirer des revenus. . .

M. Spicer: C'est une perspective très prometteuse dont vous parlez là. Le ministère des Affaires étrangères m'a ouvert certaines portes depuis deux ans. On m'a envoyé en Pologne, à Budapest et à Prague, et également à des conférences, comme celle d'Helsinki, la Conférence sur la sécurité et la coopération en Europe, pour y étudier les besoins des médias. J'ai trouvé là–bas des occasions uniques pour les radiodiffuseurs canadiens, public et privés, des occasions non seulement d'aider ces gens–là

[*Texte*]

their democracies, with the hope that it's going to strengthen peace over there, but also to create new revenue streams for Canadian programming, for Canadian technology.

Just to pick up on your excellent point, I heard last week from Mr. Morrissette, who's in charge of a weather network, that the Mexicans, I think it was, asked to buy his overlay of icons. It doesn't sound very exciting, but they are his patented graphics for weather. They're paying him a nice royalty on this. He never thought he was going to get that. It was a surprise export.

If you travel in Europe, even western Europe, not to mention eastern Europe, you'll find quickly that in terms of quality and diversity of programming we are many years ahead. We're really spoiled in Canada. I don't claim credit for this. It's my predecessors who deserve credit. It's all the enormously talented creative people who deserve credit. It's the support of Parliament for the CBC, if I can toss in a very backhanded commercial.

In addition to all the domestic markets we see and opportunities for funding, yes, the CBC probably could find some new revenue streams overseas. We're going to find out from this Trio experiment how rich that will be. I think it's worth watching. I also think we should be looking at Asia. In terms of software programming, we're way ahead of these people. We have this amazing diversity of specialty channels that is going to get richer. I think there are significant export markets there that could help the CBC.

The Chair: We are down to about 12 minutes. I notice a number of hands. Perhaps you could ask single questions.

Mr. Hanrahan.

Mr. Hanrahan: You've described CBC as being intelligent, unique, sharp, compelling, marvellous—a whole number of things.

Mr. Spicer: Well, it could be.

Mr. Hanrahan: As well, it finds niche audiences. The figure that keeps getting tossed around in terms of the ratings is about 15%. I imagine that would vary.

Mr. Spicer: Yes, it does.

Mr. Hanrahan: The problem I'm having here is that with the mandate of the CBC goes along the funding of the CBC, which goes along—I mean, we can't ignore the national debt. On the other hand, we have this small number of Canadians who find it intelligent, unique or whatever. I can find other people who may say the rock station is intelligent or sharp or compelling, depending on their tastes.

• 1050

Do we have, then, a situation where we have approximately 85% of Canadians subsidizing 15% of Canadians who find CBC attractive? If I could just follow through with that, when they find other things intelligent, unique and sharp, why should they not be subsidized by the other group?

[*Traduction*]

à bien ancrer la liberté de leurs médias, c'est-à-dire leur démocratie, dans l'espoir de renforcer la paix dans ces régions-là, mais également de créer de nouvelles sources de revenus pour la programmation canadienne et la technologie canadienne.

Pour revenir à votre excellente observation, M. Morrissette, qui est responsable du réseau météorologique, m'a dit la semaine dernière que les Mexicains, je crois, ont demandé à acheter leurs icônes (infographies). Cela peut ne pas sembler très excitant, mais ce sont les signes qu'ils utilisent pour expliquer la météo et ils sont brevetés. On lui verse donc des redevances intéressantes. Il ne s'y attendait certainement pas, on peut dire que c'est une exportation surprise.

Si vous voyagez en Europe, même en Europe occidentale, pour ne pas parler de l'Europe de l'Est, vous vous apercevrez très vite que nous avons des années d'avance sur le plan de la qualité et de la diversité des programmes. En fait, nous sommes vraiment gâtés au Canada. Je n'en suis pas responsable, je dois dire que ce sont mes prédécesseurs qui méritent des félicitations. Ce sont également tous nos créateurs d'un énorme talent. Enfin, c'est le soutien du Parlement pour la SRC, si vous me permettez cette publicité détournée.

En plus de tous les marchés au pays, de toutes les possibilités de financement, il est certain que la SRC pourrait trouver des sources de revenus à l'étranger. Cette expérience Trio nous montrera jusqu'où cela peut aller. À mon avis, cela mérite d'être suivi de près. Nous devons également nous tourner du côté de l'Asie. Sur le plan de la programmation logicielle, nous avons des années d'avance sur ces gens-là. Nous avons cette multiplicité étonnante de canaux spécialisés, et tout cela va se développer de plus en plus. Je pense que ces marchés d'exportation pourraient apporter une aide importante à la SRC.

Le président: Il nous reste environ 12 minutes et j'ai vu plusieurs mains se lever. Peut-être pourriez-vous poser une question chacun.

Monsieur Hanrahan.

M. Hanrahan: Vous avez dit que le réseau SRC était un réseau intelligent, unique, fascinant, merveilleux, toute une série de qualificatifs.

M. Spicer: Il a ce potentiel.

M. Hanrahan: Vous avez dit également qu'il pouvait trouver des auditoires particuliers. Un chiffre revient sans cesse en ce qui concerne les cotes d'écoute, environ 15 p. 100. J'imagine que cela varie.

M. Spicer: Absolument.

M. Hanrahan: Le problème c'est que le mandat de la SRC dépend du financement qui dépend de... Bref, nous ne pouvons pas ignorer la dette nationale. D'un autre côté, nous avons ce petit groupe de Canadiens qui trouvent que c'est une télévision intelligente, unique, etc. D'autres prétendent que la station rock est intelligente, éveillée, irrésistible. C'est une question de goûts.

Est-ce que 85 p. 100 de la population environ subventionne le 15 p. 100 particulièrement avide des émissions de la SRC? Inversement, si le premier groupe trouve d'autres choses intelligentes, exceptionnelles, ne peut-il pas s'attendre à être subventionné par le second?

[*Text*]

Mr. Spicer: They are, in effect. Look at how basic cable is constructed and at the extended basic, as it used to be called—what do they call it now? Unscrambled high–penetration tier? There are lots of services that maybe your grandmother and mine don't want to watch, like The Sports Network and MuchMusic, yet people are obliged to pay for these now. In five years we may be into a so–called pick–and–pay universe, in which we pay for everything. This is probably going to be quite acceptable to people as the choice explodes into the hundreds. As the possibility of breaking up packages becomes practical, we will not want to be forced to take things.

I've seen the figures from the CBC. They argue that well over half of Canadians watch the CBC once a week, whether it's just the news or whatever. So I don't think it's 85% paying for what 15% want to watch. It depends on the shows. As I said earlier, an awful lot of private broadcasters are telling me they listen to the CBC radio news because it's reliable. They believe it's as close to the objective truth as they can imagine.

Your question is a good one because it's based on the perception of a lot of people that they're not getting value for money. That is why I argue that the CBC's key priority is to demonstrate that value as vividly as they can over the next couple of years by taking a few chances, getting more radically Canadian, doing things nobody else will do, and being a place where you can always get a surprise or a challenge.

I don't think we should say that because people may have come from a more humble educational background, their kids shouldn't have a better chance or people shouldn't have an opportunity to watch what they want. My mother had a grade 6 education, and she was a very tough arguer on political affairs. She devoured this stuff. I think you'll find that people want to have the right to watch whatever they want. You never know when a child is going to pick up on an intellectual discussion or an opera or even a ballet. These are talents that have to be put out there on display so that any citizen has the right to them.

If you call this caviar, why shouldn't everybody have a bit of caviar if they want it and if it's affordable? This is quality and it's Canada, potentially. If they haven't been doing a good enough job, let's not shut them down; let's help them get repositioned.

My voice is running out, so I'll stop talking.

The Chair: Mr. Richardson.

Mr. Richardson (Perth—Wellington—Waterloo): I want to admit that I'm hooked on the CBC myself. I watch television and listen to the radio faithfully in the morning and in the evening. However, the start of the CBC was to bring Canada together. In its heyday it was the only network. Other networks have blossomed in competition and serve coast to coast. Other networks are in direct competition and do offer a good bill of fare, or else the tastes of Canadians are out of whack.

[*Translation*]

M. Spicer: Il l'est en réalité. Voyez comment fonctionnent le service de base et le service de base élargi, comme il est appelé jusqu'ici... il s'appelle comment maintenant? Le volet à forte pénétration en clair? Il y a beaucoup de services qui ne présentent aucun intérêt pour votre grand–mère ou la mienne, comme le Réseau des sports et Musique plus, mais auxquels les gens sont obligés de contribuer. Dans cinq ans, nous aurons peut–être un système à la carte. Nous paierons pour tout ce que nous regarderons. Les gens seront probablement d'accord parce qu'il y aura des centaines de possibilités. Lorsque les blocs seront démantelés, nous ne serons plus forcés de payer pour des services que nous ne voudrons pas.

J'ai vu des chiffres de la SRC. Il semble qu'un peu plus de la moitié des Canadiens regardent la SRC au moins une fois par semaine, qu'il s'agisse des nouvelles ou d'autre chose. Je ne pense donc pas que 85 p. 100 des Canadiens paient pour ce 15 p. 100. Tout dépend des émissions. Comme je l'ai indiqué plus tôt, un grand nombre de radiodiffuseurs privés avouent écouter les nouvelles à la radio de la SRC parce qu'elles sont fiables. Elles sont considérées comme les plus objectives possible.

Votre question est valable parce qu'elle se fonde sur la perception qu'ont bien des gens qu'ils n'en ont pas pour leur argent. C'est la raison pour laquelle j'affirme que la priorité absolue pour la SRC doit être de démontrer sa valeur de la façon la plus manifeste possible au cours des deux prochaines années, en prenant des risques, en devenant radicalement plus canadienne, en faisant des choses que les autres ne font pas et en devenant une source de surprises et de défis.

Ce n'est pas parce que des gens ont moins d'éducation que d'autres que leurs enfants ne peuvent pas avoir de meilleures chances ou qu'eux–mêmes ne peuvent pas regarder les émissions qu'ils veulent. Ma mère n'avait que 6 ans de scolarité, mais elle pouvait discuter de politique de façon très crédible. Elle raffolait de ce sujet. Les gens veulent avoir le droit de regarder ce qui leur plaît. Il est impossible de savoir si un enfant ne s'intéresserait pas tout à coup à une discussion sérieuse, un opéra ou un ballet. Ce sont des choses que nous devons montrer de façon à ce que tous les citoyens puissent y prendre goût.

Si c'est du caviar, qu'il y a une demande et que le prix est abordable, pourquoi tout le monde n'en aurait–il pas? C'est ce en quoi consiste la qualité, c'est ce dont est fait le Canada, du moins, nous l'espérons. Si la SRC ne fait pas un bon travail, ne l'éliminons pas, aidons–la plutôt à se repositionner.

Je n'ai plus de voix. Je vais donc m'arrêter.

Le président: Monsieur Richardson.

M. Richardson (Perth—Wellington—Waterloo): J'avoue être moi–même un mordu de la SRC. Je regarde la télévision et j'écoute la radio fidèlement le matin et le soir. Au départ, la SRC devait unifier le Canada. À une époque, elle était le seul réseau. Maintenant, d'autres réseaux lui font concurrence d'un océan à l'autre. Ils offrent un bon choix, à moins que le goût des Canadiens ne soit totalement faussé.

[*Texte*]

What I can't understand is, with the ship of state being so burdened down by debt, how can we give approximately $1.1 billion to a network and radio that are only listened to by 10% of the snobs—and I say that because obviously the 10% listening to CBC are quite as hooked as I am—and get away with not raising some money from these people?

The other thing is that television, at 15% to 85%, is again a perverted stating of our tastes. Everyone picks and chooses television across the band to their own liking. I don't know whether it's because we never adjusted to the change in the market, the change in competition—CTV, Baton Broadcasting and whatever you have in Quebec with the French language—but there is competition all along the line. If I were out of my hooked-on-CBC frame of mind and I was with one of the other networks, I'd be a damned mad taxpayer. There is a feeling that something has to be fixed. With the state of the debt, CBC will have to take its hit somehow.

[*Traduction*]

J'ai du mal à comprendre, avec la dette qui afflige le pays actuellement, comment nous pouvons accorder environ 1,1 milliard de dollars à un réseau de télévision et de radio qui ne compte qu'un auditoire de 10 p. 100 de snobs—ce sont ceux qui sont aussi mordus que moi de la SRC—sans demander une contribution quelconque à ces gens.

Le fait que les pourcentages soient de 15 et de 85 p. 100 reflète notre goût. Chacun capte les émissions qu'il veut. Je ne sais pas si c'est parce que nous ne nous y sommes jamais habitués, mais il y a maintenant de la concurrence à tous les niveaux—CTV, Baton Broadcasting et les réseaux qui diffusent en français au Québec. Si je n'étais pas aussi mordu de la SRC et que j'étais du côté des autres réseaux, je serais un contribuable très mécontent. De façon générale, les gens pensent que quelque chose doit être fait. La dette du pays est telle que tout le monde doit faire sa part, y compris la SRC.

• 1055

I don't see how anybody can miss taking a hit in this era of staggering debt. I don't know how we can get people—like the 10%—to throw in $100 each to listen to CBC or support it, like the American methods of raising funds or those of TV Ontario, but the state certainly can't afford $1.1 billion for the CBC any longer. Why don't we look at other methods of raising money from members of the public who, like myself, like it? I'd pay the $100 and you probably would too, but we can't ask Joe Smith working on the assembly line at General Motors in Oshawa to pick up the tab for you and me.

Mr. Spicer: I think you and I are in the same situation, Mr. Richardson. We both admire the CBC at its best, and we are both troubled by the $1.1 billion. How can we defend it? We're both finding it hard.

What you just asked me was almost word for word what I asked Mr. Manera at the hearing. It's a grievous problem and I don't believe it's solvable by advertising. More commercials is not the answer; that's the death sentence. If you commercialize the CBC even more, you're going to force it to go after mass audiences, get more lowest-common-denominator U.S. programming, and you're going to turn it into another commercial network indistinguishable from any of the others. Then you're going to ask—and rightly—why we are paying $700 million a year instead of $1.1 billion when we're still getting this. So you cut them again and get more commercials, more U.S. programming, and soon they're gone.

I can't tell you what dosage of the other methods of financing you might choose, but please don't burden them with more advertising. I don't believe that is the answer.

I like your idea. A lot of people will find it utopian, but part of the solution may be to allow Canadians who love the CBC to donate with a tax deduction or something. Why not? We're in troubled times. If people who love the CBC want to pay extra, I

Personne ne doit être exempté. Certains—comme ceux qui font partie du 10 p. 100 accepteraient peut-être de verser 100$ à la SRC pour l'aider. Des réseaux américains et TV Ontario procèdent à des levées de fonds. Tout ce que je dis, c'est que l'État n'a plus les moyens de verser 1,1 milliard de dollars à la SRC. Pourquoi n'envisageons-nous pas de nouvelles méthodes de financement comme demander une contribution aux gens qui, comme moi, prisent particulièrement la SRC? Je paierais volontiers 100$ et vous en feriez probablement autant. Nous ne pouvons pas demander à Joe Smith qui travaille sur la chaîne de montage de General Motors à Oshawa de payer à notre place.

M. Spicer: Nous sommes tous les deux dans la même situation, monsieur Richardson. Nous admirons la SRC dans ce qu'elle fait de mieux, mais nous nous inquiétons du 1,1 milliard de dollars. Comment pouvons-nous justifier une telle dépense? Difficilement.

La question que vous posez est presque la même que j'ai posée de mon côté à M. Manera lors de l'audience. Le problème est très grave, mais la solution n'est pas la publicité. Au contraire, plus de publicité constituerait un arrêt de mort. Rendre la SRC encore plus commerciale la forcerait à s'adresser aux masses, à acheter encore plus d'émissions américaines conçues pour plaire au plus grand nombre. La SRC deviendrait simplement un autre réseau commercial. Vous demanderiez encore—à juste titre—pourquoi verser non plus 1,1 milliard de dollars mais 700 millions de dollars par année à la SRC. Réduisez encore le budget de la SRC, forcez-la à diffuser encore plus de publicité et encore plus d'émissions américaines et vous la condamnez à mort.

Je ne peux pas vous dire quelles autres méthodes de financement choisir, dans quelle proportion, mais je vous déconseille fortement l'augmentation de la publicité. Je ne pense pas que ce soit la solution.

J'aime bien votre idée. Il y en a peut-être qui la trouvent utopique. Une solution partielle consisterait peut-être à permettre aux gens qui apprécient la SRC d'y faire un don, lequel doit être déductible d'impôt. Nous traversons une période

[*Text*]

would have no objection to that. I hope it would be only a small supplement, maybe 5%, but it could be a good way to bring public pressure to bear on the programming in a good way. These people would be strong fans of the CBC and they wouldn't be forcing them to run more American sitcoms. That could be part of it.

Mr. de Jong: Isn't it true that the private networks are also supported by the public through what I would call private taxation? Advertising is private taxation because in the end the public pays for the cost of the advertising, and it is also a tax–deductible item. So there are other ways of looking at it.

I also think it's important for those of us who support the CBC to defend it, public broadcasting and the principle of public money going into public broadcasting. To just leave broadcasting to market forces I think would destroy what is essential to this country and to the soul of this country.

Yes, it might be worth $1 billion, and it is then up to us to defend that. If we're in politics and we're to play a leadership role, then we have to play that role. If we feel public broadcasting is important to maintaining our identity as a nation, and that without it we're going to be sucked into the American commercial mind–set and culture, then we have to go out and protect it.

• 1100

That being said, let me get to my question. Various groups—

The Chair: It has to be answered yes or no.

Mr. de Jong: —have suggested that the CBC get out of broadcasting itself and just focus on programming.

The Chair: Distribution?

Mr. de Jong: Well, yes.

Mr. Spicer: On production of shows, that it would then rent time on the other networks?

Mr. de Jong: Yes. I would like your comment on whether that would be a significant saving, whether the other broadcasters would fulfil the role, would make certain that CBC programming, Canadian programming, is delivered. Is that a viable option?

Mr. Spicer: I haven't seen any thorough studies of this. I'm quite skeptical of it, though, because I think you probably do need an institutional personality with its ethos and values that is known and respected by Canadians. I don't think networks are going to die tomorrow. There are books that say that. There is the book called *Three Blind Mice*, which you've probably read, on the fall of the U.S. networks.

So I think there is a role for an institutional personality. That much said, I also believe that some zero–based thinking would not be amiss at all. Some of the ideas I've heard here today are refreshingly radical. You should not recoil from being radical in forcing a public hearing.

[*Translation*]

difficile. Si les gens qui aiment la SRC voulaient lui verser un supplément, je ne m'y opposerais pas. Il ne faudrait pas que ce supplément représente une grosse part de son budget; il ne devrait peut–être pas dépasser 5 p. 100. Cependant, ce serait une façon de permettre au public d'avoir une influence positive sur la programmation. Ces gens seraient des partisans de la SRC; ils ne voudraient certainement pas qu'elle diffuse plus de comédies de situations américaines.

M. de Jong: N'est–il pas exact que les réseaux privés sont également financés par le public par l'intermédiaire de ce que j'appelle des taxes privées? La publicité est une taxe privée parce qu'au bout du compte c'est le public qui la paie. Elle constitue également une dépense déductible d'impôt. Il y a donc une autre façon de voir les choses.

Je pense également qu'en tant qu'admirateurs de la SRC, nous devons la défendre, défendre le concept de la radiodiffusion publique et du financement de cette activité au moyen des deniers publics. Si nous nous en remettions simplement au jeu du marché, nous détruirions le tissu et l'âme de ce pays.

L'effort vaut peut–être un milliard de dollars. À nous de le justifier. Nous devons faire preuve de leadership au niveau politique. Si nous pensons que la radiodiffusion publique est importante pour le maintien de notre identité en tant que nation et que sans elle nous risquons d'être assimilés à la mentalité et à la culture commerciales américaines, nous devons faire le nécessaire pour la protéger.

Maintenant, je vous pose ma question. Divers groupes. . .

Le président: La réponse doit simplement être oui ou non.

M. de Jong: . . .ont proposé que la SRC se retire de la radiodiffusion comme telle et se concentre uniquement sur la programmation.

Le président: Et la distribution?

M. de Jong: Oui.

M. Spicer: Elle ne ferait que produire des émissions. Elle louerait le temps d'antenne aux autres réseaux?

M. de Jong: Oui. Selon vous, une telle mesure permettrait–elle d'économiser beaucoup? De même, les autres radiodiffuseurs joueraient–ils le rôle, diffuseraient–ils les émissions de la SRC et les émissions canadiennes? Serait–ce une option acceptable?

M. Spicer: Je n'ai pas vu d'études approfondies sur le sujet. Je suis quand même sceptique. Je pense que nous avons probablement besoin d'une institution dont le génie et les valeurs sont connus et respectés dans l'ensemble du pays. Je ne pense pas que les réseaux disparaissent du jour au lendemain. Il y a des livres sur le sujet. Il y en a un intitulé *Three Blind Mice*, que vous avez probablement lu, portant sur le déclin des réseaux américains.

Il faut donc une institution comme telle. Cela dit, vous ne devez pas avoir peur de recommencer à zéro. Certaines des idées que j'ai entendues ici aujourd'hui sont agréablement radicales. Vous ne devriez pas hésiter à vous montrer radicaux en imposant une audience publique.

[*Texte*]

My last appeal to you would be that thoughtless attacks and thoughtless defences of the CBC are both to be rejected in favour of some middle ground, some constructive, clear-eyed criticisms. We have to rebuild an important national institution that has helped hold Canadians together, and I think we're all on the same side in doing it. I hope this little Bill Graham message will bear some fruit.

Thank you very much.

The Chair: Thank you very much for being very helpful at this stage of our deliberations, as we start to zero in on our thoughts. It's been, as usual, terrific. We look forward to talking to you again soon.

The public session is adjourned.

[*Proceedings continue in camera*]

[*Traduction*]

Ma dernière recommandation est que les attaques irraisonnées contre la SRC comme les plaidoyers enflammés en sa faveur doivent être abandonnés au profit d'une position médiane, d'une critique constructive et éclairée. Nous devons reconstruire une importante institution nationale qui a contribué à unir les Canadiens. Nous nous entendons tous sur ce point. J'espère que mon petit message à la Bill Graham portera fruit.

Merci beaucoup.

Le président: Merci beaucoup de nous avoir aidés à ce stade de nos délibérations, où nous essayons d'adopter une attitude complètement ouverte. L'expérience a été des plus enrichissantes, comme d'habitude. Nous avons hâte de vous revoir.

La séance publique est terminée.

[*La séance se poursuit à huis clos*]

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid / Port payé
Lettermail / Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESS

From the Canadian Radio–Television and Telecommunications Commission:

Keith Spicer, Chairman.

TÉMOIN

Du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes:

Keith Spicer, président.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

CA1
XC 68
-C13

Government Publications

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 43

Wednesday, November 16, 1994

Chair: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 43

Le mercredi 16 novembre 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of the Canadian Broadcasting Corporation

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la Société Radio–Canada

---

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)



First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chair: John Godfrey

Vice–Chairs: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Associate Members

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidents: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakvillle—Milton)
Jan Brown (Calgary–Sud–Est)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Membres associés

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

WEDNESDAY, NOVEMBER 16, 1994
(50)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 3:35 o'clock p.m. this day, in Room 209, West Block, the Chair, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Bonnie Brown, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Albina Guarnieri, Tony Ianno, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Acting Member present: Bob Ringma for Jan Brown.

Associate Member present: Simon de Jong.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: Individual presentations: David Ellis, President, Omnia Communications; Florian Sauvageau, Professor, Laval University.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee resumed its study of the Canadian Broadcasting Corporation (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Thursday, September 22, 1994, Issue No. 26*).

David Ellis made an opening statement, and answered questions.

Florian Sauvageau made an opening statement, and answered questions.

At 5:22 o'clock p.m., the Committee proceeded *in camera.*

The Committee considered its business.

At 5:30 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE MERCREDI 16 NOVEMBRE 1994
(50)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 15 h 35, dans la salle 209 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Bonnie Brown, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Albina Guarnieri, Tony Ianno, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Membre suppléant présent: Bob Ringma remplace Jan Brown.

Membre associé présent: Simon de Jong.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: À titre particulier: David Ellis, président, Omnia Communications; Florian Sauvageau, professeur, Université Laval.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité poursuit son étude de la Société Radio–Canada (*voir les Procès–verbaux et témoignages du jeudi 22 septembre 1994, fascicule nº 26*).

David Ellis fait un exposé et répond aux questions.

Florian Sauvageau fait un exposé et répond aux questions.

À 17 h 22, le Comité déclare le huis clos.

Le Comité délibère de ses travaux.

À 17 h 30, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Wednesday, November 16, 1994

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le mercredi 16 novembre 1994

• 1535

The Chair: I call this meeting to order. Welcome to our afternoon session. We are also meeting tonight across the hall at 7 p.m. This will involve an exciting demonstration of satellite capacity. That's why we have to be in the room across the hall—it is a south–facing room, I think.

We're delighted to welcome for the first time

le professeur Sauvageau, qui est très connu de ceux qui sont au fait de l'histoire de la culture canadienne et des rapports à ce sujet. Cela nous fait plaisir de l'accueillir parmi nous.

We welcome back David Ellis, who spoke to us in our pre–study session in the spring on the place of culture on the information highway. A lot of things have happened since then, most specifically that we received a mandate to study the CBC. Appropriately, Mr. Ellis has been asked to prepare a report for the Department of Canadian Heritage in response the Nordicity study, which I think everyone has had a copy of at some point. We have spares if you've left them behind.

We're going to do our tag–team effort here. We might as well take it in the order in which we find it. David Ellis will go first and Professor Sauvageau afterwards, and then we'll get right into it. I expect we'll be joined by our colleagues in due course. They're drifting in from student demonstrations and other commitments, I suppose.

Mr. Ellis, welcome back. We would be delighted to hear from you on the subject at hand.

Mr. David Ellis (President, Omnia Communications Inc.): Thank you, Mr. Chairman. It's a pleasure to be back here.

For the record, I should make sure everyone is clear that although I have written a report about the CBC, I'm essentially here as a private citizen, although allegedly with some professional expertise on the subject. I don't represent the Department of Canadian Heritage or any of my other clients.

I have mixed feelings about coming here. There are a couple of reasons for that. One is that I think this committee has now heard more than anybody would ever want to hear about any institution, whatever its importance. I fear—

The Chair: We're finding it addictive. We can't not talk about it.

Mr. Ellis: I hope the information overload hasn't become completely overwhelming. I'm going to keep my remarks quite brief, partly because I think the opportunity to ask questions will be more valuable than hearing a monologue from me, and partly because you've had the opportunity to look at some of my thoughts on the CBC and its future in the report I did for Heritage.

Le président: Je déclare la séance ouverte et je vous souhaite la bienvenue à notre réunion de cet après–midi. Nous nous réunissons également ce soir à 19 heures, dans la salle de l'autre côté du corridor. Nous aurons alors une passionnante démonstration des capacités des satellites. C'est pourquoi nous devons utiliser cette salle—je crois qu'elle fait face au sud.

Nous avons le grand plaisir d'accueillir pour la première fois

Professor Sauvageau, who is well known among those who are well versed in the history of Canadian culture and reports pertaining to this issue. We are delighted to welcome him.

Nous souhaitons également la bienvenue à David Ellis, qui a déjà comparu à l'occasion de l'étude préalable que nous avons faite le printemps dernier sur la place de la culture dans le contexte de l'autoroute électronique. Beaucoup d'eau a coulé sous les ponts depuis, et surtout, nous avons reçu le mandat d'étudier la SRC. Monsieur Ellis s'est justement vu confier la tâche de préparer un rapport à l'intention du ministère du Patrimoine canadien en réponse à l'étude du groupe Nordicity, rapport dont nous avons remis des copies à tous, je crois. Nous en avons ici des exemplaires si vous avez oublié le vôtre.

Nous allons déployer notre habituel effort d'équipe. Nous allons procéder dans l'ordre. David Ellis parlera en premier et le professeur Sauvageau suivra, après quoi nous nous mettrons tous de la partie. Je m'attends à ce que nos collègues se joignent à nous bientôt. Je suppose qu'ils ont été retenus par certaines manifestations d'étudiants et autres engagements.

Monsieur Ellis, nous sommes heureux de vous revoir. Nous vous écouterons avec plaisir.

M. David Ellis (président, Omnia Communications Inc.): Merci, monsieur le président. C'est un plaisir pour moi que d'être de retour devant le comité.

Pour éviter tout malentendu, je tiens à préciser que même si j'ai en effet rédigé un rapport sur la SRC, je suis ici essentiellement à titre de simple citoyen, même si je possède paraît–il une certaine compétence professionnelle en la matière. Je ne représente pas le ministère du Patrimoine ni aucun de mes autres clients.

C'est avec des sentiments ambivalents que je comparais ici, pour diverses raisons. Tout d'abord, je crois que votre comité en a déjà entendu plus que quiconque voudrait jamais en entendre au sujet de n'importe quelle institution quelle que soit son importance. Je crains. . .

Le président: C'est une accoutumance. Nous ne pouvons plus nous empêcher d'en parler.

M. Ellis: J'espère que vous n'êtes pas surchargé d'informations au point de ne plus savoir où donner de la tête. Je vais essayer d'être bref, en partie parce que je crois qu'il serait préférable pour moi de répondre à vos questions plutôt que de me lancer dans un long monologue, et en partie parce que vous avez eu l'occasion de prendre connaissance de mes réflexions sur l'avenir de la SRC dans le rapport que j'ai rédigé pour le Patrimoine canadien.

[*Texte*]

I will start with my own short anecdote about the CBC. I don't know how many other anecdotes you've had to hear, but for what it's worth I'll give you mine. Almost 20 years ago I had my original firsthand contact with the CBC. In 1975 *Ideas*, the series that runs on the stereo network, asked me to do a 10–part series on language and linguistics.

To make a long story short, we decided to run an hour–long interview with renowned American linguist Noam Chomsky, who teaches at MIT. Chomsky is considered the father of modern linguistics and one of the greatest intellectuals of the 20th century. When I finally had him agree to the interview, he kept saying over and over how astonished he was that the media wanted to talk to him, not as a political activist but about his work as a professional linguist. He has a very prominent reputation, of course, as a political activist.

• 1540

I was a little surprised to hear that at the time because I didn't know much about what else went on in the media in North America. However, it certainly drove the message home to me at a very early stage. I've had contact with the CBC in a variety of different ways in the intervening years, and this really drove home a fact to me.

The program I produced was less than scintillating. In fact, I believe an eminent Canadian journalist actually phoned up the department head and complained that it was the worst program he'd ever heard on CBC radio. Nevertheless, what's important is the subject rather than the execution and the quality of the execution.

I'll tell this little story, which just came back to me this morning on the plane, because it reminds me of something. I've done a great deal of analysis over the years on what the CBC ought to be like. I've done things for a variety of clients on the subject of the CBC in one way or another. However, this was a useful reminder that I had my own firsthand experience of the CBC doing something that nobody else in Canada or the United States would do, by the account of this great American intellectual.

I want to begin with just two or three of what I think are absolutely—for me, at least—crucial messages. I'll try to keep them simple, then we can discuss the details when we get to Q and A.

Although in the report I tried to act in a fairly objective and arm's length way—I say this as a disclaimer right at the beginning—I'd the committee to know, Mr. Chairman, that I think the CBC is an institution worth maintaining, though not necessarily in its present form.

Second, I believe that no amount of financial jiggery–pokery will ever eliminate the need for a threshold public subsidy.

Third, I think the CBC will never even manage to please most of the people most of the time. I believe it's vain to have some dream that we can refashion the CBC in such a way that will make it popular with a huge audience and somehow immune from criticism.

[*Traduction*]

Je vais commencer par vous raconter une brève anecdote personnelle au sujet de la SRC. J'ignore combien d'autres anecdotes vous avez déjà entendues, mais pour ce que cela vaut, voici la mienne. Il y a près de 20 ans, j'ai eu mes premiers contacts avec la SRC. En 1975, on m'a demandé de faire une série de 10 émissions sur la langue et la linguistique, dans le cadre de l'émission *Ideas*, qui est diffusée au réseau stéréo.

Bref, pour en venir au fait, nous avons décidé de faire une entrevue d'une heure avec le réputé linguiste américain Noam Chomsky, qui enseigne au MIT. Chomsky est considéré comme le père de la linguistique moderne et l'un des plus grands intellectuels du XX^{e} siècle. Quand j'ai enfin réussi à obtenir son accord pour faire cette entrevue, il n'arrêtait pas de dire à quel point il était sidéré que les médias veuillent l'interroger non pas à titre d'activiste politique, mais au sujet de son travail de linguiste professionnel. Il est en effet très connu pour son activisme politique.

Cela m'a un peu étonné à l'époque, car je n'étais pas très au fait de ce qui se passait dans les médias en Amérique du Nord. Cela m'a toutefois fait comprendre le message très clairement et dès le début de ma carrière. Au cours des années suivantes, j'ai eu de nombreux contacts avec la SRC à divers titres et cela m'a vraiment fait comprendre une vérité fondamentale.

Mon émission n'était pas brillante, loin de là. En fait, je crois qu'un éminent journaliste canadien a pris la peine de téléphoner au chef du département pour se plaindre de cette émission qui, disait–il, était la pire qu'il ait jamais entendue à la radio de la SRC. Néanmoins, ce qu'il importe de retenir, c'est que ce qui compte c'est le sujet beaucoup plus que l'exécution et la qualité de l'exécution.

J'ai raconté cette historiette, dont le souvenir m'est revenu ce matin dans l'avion, parce que cela me rappelle quelque chose. J'ai beaucoup réfléchi au fil des années sur ce à quoi la SRC devrait ressembler. J'ai travaillé pour divers clients et à divers titres à propos de la Société Radio–Canada. Toutefois, il m'a été utile de me rappeler cette toute première expérience personnelle, car c'était un exemple d'une émission faite par la SRC et que personne d'autre n'aurait faite ni au Canada ni aux États–Unis, au sujet de ce grand intellectuel américain.

Je voudrais tout d'abord vous faire part de deux ou trois messages qui, à mes yeux tout au moins, sont d'une importance cruciale. Je vais essayer de m'en tenir au plus simple, après quoi nous pourrons en discuter dans les détails pendant la période de questions et réponses.

Bien que dans le rapport j'ai essayé de faire preuve de la plus grande objectivité possible, ce que je précise d'ailleurs dès le début sous forme d'avertissement, je veux dire au comité, monsieur le président, qu'à mon avis la SRC est une institution qu'il vaut la peine de préserver, quoique pas nécessairement sous sa forme actuelle.

Deuxièmement, je crois qu'on aura beau jongler avec les chiffres, on ne réussira jamais à supprimer totalement la nécessité d'une subvention publique de base.

Troisièmement, je crois que la SRC ne réussira même jamais à plaire à la plupart des gens la plupart du temps. Je crois qu'il est vain de rêver de remodeler la SRC de manière à la rendre populaire, à lui assurer un auditoire immense sans être exposée à la critique.

[*Text*]

In addition, there is no way a large public bureaucracy can ever be immune from the problem of the slippage of funds and other forms of mismanagement. I noticed, when I was coming up on the plane this morning, that the television column and the art section of *The Globe and Mail* was devoted to the kerfuffle at *Midday*. I think this kind of journalistic enthusiasm for knowing the details of how one host disappears and another one gets hired is not the best use of everybody's time.

Fourth, one of the points I've made fairly strongly in my paper is that the government has to stop trying to have it both ways. It's not just this government; it's governments since time immemorial saying, on the one hand, that the CBC is a vital national institution, and then cutting the CBC's budget. I think there are reasons for that, but I think the key to many of the CBC's problems—at least in the short term—is to remember that the mandate has to—by some definition—match the resources.

Fifth—this is my final message for now—if the CBC is in trouble, which I guess by some measure it is, it's in trouble as a broadcaster because broadcasting in general is in trouble in this country, in the United States and in other places as well. I've said, I think in this very forum and in many others, that everybody in the so–called broadcasting industry now has to cope with the major changes being brought on by the phenomenon of convergence, which we discussed in some detail last May.

[*Translation*]

En outre, il est impossible qu'un important appareil administratif public puisse jamais être immunisé contre le gaspillage de fonds et autres formes d'incurie. En lisant les journaux ce matin dans l'avion, j'ai remarqué que la rubrique consacrée à la télévision et aux arts dans le *Globe and Mail* était consacrée au remue–ménage à l'émission *Midday*. Je trouve que ce genre d'enthousiasme journalistique consistant à relater dans les détails le remplacement d'un animateur par un autre ne constitue pas le meilleur usage que tous les intéressés pourraient faire de leur temps.

Quatrièmement, un point sur lequel j'insiste assez fortement dans mon document, c'est que le gouvernement doit cesser d'essayer de tout avoir. Je ne parle pas du gouvernement actuel, mais de tous les gouvernements depuis des temps immémoriaux qui affirment que la SRC est une institution nationale vitale et qui, du même souffle, lui sabrent son budget. Je crois que cela peut s'expliquer, mais la clé pour régler bien des problèmes de la société, du moins à court terme, c'est de ne pas perdre de vue que le mandat doit correspondre aux ressources.

Cinquièmement, et c'est mon dernier point pour le moment, si la SRC est en difficulté, et je suppose qu'on peut dire qu'elle l'est dans une certaine mesure, c'est à titre de radiodiffuseur, parce que la radiodiffusion en général est en difficulté au Canada, comme elle l'est aux États–Unis et ailleurs dans le monde. J'ai dit à maintes reprises, et je crois d'ailleurs l'avoir dit ici même, que tous, dans ce qu'on appelle le secteur de la radiodiffusion, sont maintenant aux prises avec les bouleversements causés par le phénomène de la convergence dont nous avons discuté dans les détails en mai dernier.

• 1545

Those, in a nutshell, are the messages I wanted to put across to you today. I'm just going to take another minute or two to refer to my report so we can get a couple of the ideas in there on the record.

The first of these is that I think this exercise about finding new sources of funding, at least as it was originally designed, has missed one very important element. I've referred to this in the first page of the executive summary under the heading "Setting the Scene". It's point number one of the contextual issues. I've asked there that if new mechanisms were to be implemented, how would the funds be applied? Unless a consensus is reached on this question, the attempt to generate new funding would be self–defeating.

This is an idea I discuss in a little more detail later on. The essential point there is that even if we were to raise $100 million from new taxes or levies—which, I've argued in this paper, we cannot in any palatable fashion—that's only the beginning of our problems. We then have to decide where those new moneys would be applied. That opens the door to another huge public debate that I don't think has been properly considered yet.

Since I wear the hat of a technological prognosticator, I would just like to leave you with a thought that stems from my very first idea that the CBC is worth maintaining, though not necessarily in its present form. Although the paper that was

Voilà donc en bref les messages dont je voulais vous faire part aujourd'hui. Je voudrais pendant encore une minute ou deux vous parler de mon rapport, afin de consigner au compte rendu deux ou trois des idées qu'il renferme.

La première est que je crois que dans tout cet exercice visant à trouver de nouvelles sources de financement, du moins tel qu'il était conçu à l'origine, il manque un élément très important. J'aborde cette question à la première page du condensé, sous la rubrique «Les antécédents». C'est le point numéro un dans la partie intitulée «Contexte». Je pose la question suivante :si de nouveaux mécanismes devaient être appliqués, comment les fonds seraient–ils utilisés? À moins d'en arriver à un consensus sur cette question, toute tentative pour trouver de nouvelles sources de financement serait vouée à l'échec.

C'est une idée que j'expose de façon plus détaillée par la suite. Le point essentiel à retenir, c'est que même si nous trouvions 100 millions de dollars en imposant une nouvelle taxe ou des droits, et je soutiens dans ce document qu'il nous serait impossible de faire accepter pareille chose, mais même si nous le faisions, ce ne serait que le début de nos problèmes. Il faudrait alors décider à quoi servirait cet argent. Cela ouvre la porte à un autre débat public sans fin auquel on n'a pas suffisamment réfléchi.

Puisque je me suis lancé dans le premier cycle technologique, je voudrais en terminant vous faire part d'une idée qui découle de ma toute première idée, à savoir que la SRC vaut la peine d'être préservée, quoi que pas

[*Texte*]

submitted to you, *A New Commitment*, does talk a little about new services, I believe it's now time for the CBC and those who look after it and those to whom it's accountable to begin to look very seriously at what life will be like for the CBC after it is more than a broadcaster.

Some research data that is barely three weeks old was brought to my attention. It has found—and this has now been confirmed by a completely independent study—that the penetration of computers in Canadian homes has now reached 40%. In Ontario the penetration has reached 46%. That's almost twice what it was three or four years ago.

I'm not saying the CBC should stop being a broadcaster and become an on-line computer service provider in the next couple of months. What I am saying is that in the long run the CBC can serve the national welfare and promote our cultural sovereignty through other means and other technologies and other channels than those associated with traditional broadcasting.

Thank you, Mr. Chairman.

The Chair: Thank you for coming back. Again, thank you as well for the timeliness of this report, which answers many of the suggestions in the Nordicity report quite compellingly.

Monsieur Sauvageau.

M. Florian Sauvageau (professeur, de l'Université Laval): Merci, monsieur le président. Je vais essayer d'être bref comme David Ellis, mais j'ai toujours du mal à l'être parce que j'ai des habitudes de professeur. On a tout le temps voulu et des auditoires captifs qui n'ont pas le choix. Par contre, je pense qu'il ne me sera pas très difficile d'être bref parce que je me demande ce qu'on peut ajouter à tout ce qui a été dit depuis des années au sujet de Radio-Canada.

Si vous me le permettez, je voudrais commencer en faisant un peu d'histoire récente.

Je voudrais d'abord vous citer un extrait d'un document qui a été publié par le ministère des Communications en 1983. Vous l'avez sans doute lu, mais je voudrais vous le rappeler. En 1983, le ministère a publié deux documents importants, l'un sur le système de radiodiffusion dans son ensemble et l'autre sur Radio-Canada, le titre de ce dernier étant *Bâtir l'avenir vers une Société Radio-Canada distincte*. Dans ce document, le ministre de l'époque, M. Fox, suggérait que, dans le nouvel environnement multicanal, on offre des services qui compléteraient ceux du secteur privé et s'en démarqueraient très nettement.

• 1550

J'ai souligné à dessein le nouvel environnement multicanal parce que je crois comprendre qu'en 1994, votre rôle est de définir le rôle de Radio-Canada dans un environnement multicanal. C'est le titre du document d'orientation qui vous a été transmis: *La Société Radio-Canada dans l'environnement multicanal.*

Onze ans plus tard, on pose la question à laquelle le ministère répondait en 1983. Il y a plus de 10 ans que l'État cherche à redéfinir le mandat de la télévision publique, 10 ans d'indécision. C'est un bel exemple de la paralysie de l'État, non

[*Traduction*]

nécessairement dans sa forme actuelle. Je sais bien que dans le document qui vous a été remis et qui est intitulé un nouvel engagement, il est quelque peu question de nouveaux services, mais je crois que le moment est venu pour la Société Radio-Canada et tous ceux qui s'en occupent et ceux de qui elle relève de commencer à réfléchir très sérieusement à ce que la vie réservera à la SRC quand elle ne sera pas simplement un radiodiffuseur.

On m'a signalé certaines données qui datent d'à peine trois semaines. On a constaté, ce qui vient d'ailleurs d'être confirmé par une étude complètement indépendante, que le taux de pénétration de l'ordinateur dans les foyers canadiens a maintenant atteint 40 p. 100. En Ontario, c'est 46 p. 100. Ce chiffre a presque doublé depuis trois ou quatre ans.

Je ne dis pas que la SRC doit cesser d'être un radiodiffuseur pour devenir d'ici quelques mois un fournisseur de services informatiques en ligne. Ce que je dis, c'est qu'à long terme, la SRC doit servir la nation et promouvoir notre souveraineté culturelle par d'autres moyens et en faisant appel à d'autres techniques que celles qui sont associées traditionnellement à la radiodiffusion.

Merci, monsieur le président.

Le président: Merci d'être revenu nous voir. Je vous remercie également pour votre rapport qui arrive à point nommé et qui répond de façon tout à fait convaincante à de nombreuses suggestions faites dans le rapport du groupe Nordicity.

Mr. Sauvageau.

Prof. Florian Sauvageau (University Laval): Thank you Mr. Chairman. I will try to be as brief as David Ellis was, but I always have a problem because I have kept my teaching habits. A teacher can take all the time he wants and he has a captive audience because they don't have any choice. On the other hand, I think it will be fairly easy for me to be brief because I wonder what one could add to all that has been said so far about the CBC.

If you allow me, I would like to begin with a little bit of recent history.

I would like first of all to quote an excerpt from a document published by the Department of Communications in 1983. You have probably read it, but I would like to refresh your memory. In 1983, the Department published two important documents, one on the overall broadcasting system and the other specifically on the CBC, this last one entitled *Building for the Future: Towards a Distinctive CBC*. In that document, the then Minister, Mr. Fox suggested that in the new multi-channel environment, we should offer services to complement those delivered by the private sector but totally distinct from them.

I deliberately pointed out the new multi-channel environment because I believe that your role in 1994 is to define the role of the CBC in the multi-channel universe. That is the title of the policy paper submitted to you: *The CBC in the Multi-Channel Environment.*

Eleven years later the question which the department answered in 1983 is being asked again. For over 10 years the government has been trying to redefine the mandate of public television, 10 years of indecision. This is a good example of

[*Text*]

pas de l'État canadien, mais de l'État en général, de l'appareil qu'on appelle «État». C'est un bel exemple de la paralysie de l'État de fin de siècle face aux pressions des divers lobbies et à l'impossibilité de décider face aux pressions des lobbies.

En fait, il y a plus de 10 ans que les secousses ont commencé pour Radio–Canada. Les secousses ont commencé avec le Rapport Applebaum–Hébert, en 1982, qui parlait aussi d'une programmation distincte et qui proposait, ce qui a été fait ensuite, le recours aux producteurs indépendants. C'est à l'époque d'Applebaum–Hébert qu'on peut situer le début des secousses que vit toujours Radio–Canada.

Je me permets humblement de rappeler qu'en 1986, il y a eu un rapport de 750 pages, auquel mon ami David a d'ailleurs collaboré brillamment, impliquant 15 mois de travail et des dépenses de près de 3 millions de dollars, qui analysait encore le système et le rôle de Radio–Canada dans le système de la radiodiffusion. Par contre, ce rapport se démarquait un peu des conclusions du document de M. Fox en disant que Radio–Canada devait offrir une gamme complète d'émissions canadiennes selon des proportions équilibrées. La nuance est importante. Je pense évidemment que le rôle de Radio–Canada en matière d'information est plus important que le rôle de Radio–Canada en matière de sports, par exemple.

Le président: Ce n'est pas l'avis de M. Manera.

M. Sauvageau: Il a droit à ses opinions.

Un des éléments importants de ce rapport—David Ellis a aussi évoqué cet aspect des choses—, c'est la suggestion que faisait le rapport d'harmoniser le mandat au financement, de lier les discussions sur le financement aux discussions sur le mandat. On suggérait que le CRTC devienne le forum où, à la fois, Radio–Canada présente ses propositions pour la période de renouvellement de licence et le gouvernement présente ses projets de financement pour la même période, afin qu'il y ait une adéquation, une harmonisation disait–on, entre le mandat et le financement.

Vous allez peut–être trouver quelque part sur une tablette, avec un peu de poussière, ce rapport de 1986. En anglais, c'est à la page 326. Comme il est toujours un peu plus long de s'expliquer en français, ce qui fait que je vais parler un peu plus longtemps que David, c'est à la page 353 en français.

Après ce rapport de 1986, il y eut des travaux du Comité permanent de la culture et des communications de l'époque. Tout le monde est venu présenter des mémoires. On a entendu les mêmes groupes qui étaient venus nous présenter des mémoires. Ensuite il y a eu un projet de loi. Vous avez réinvité les mêmes gens. Cela fait beaucoup de temps et beaucoup d'énergie. Vous les avez réinvités à présenter d'autres mémoires. Il y a eu des élections. Le projet de loi n'est pas devenu loi, mais il y a eu un autre projet de loi après les élections. Il y a eu une nouvelle loi en 1990. À ce moment–là, on a vu l'inadéquation entre le financement et le mandat. D'un côté, en décembre 1990, la loi était adoptée avec, comme toujours, tout le discours positif quant au rôle culturel de Radio–Canada dans notre société. Au même moment où on tenait ce discours à la gloire de Radio–Canada, en décembre 1990, il y a eu les coupures et la fermeture des stations régionales de Radio–Canada.

[*Translation*]

government paralysis, not of the Canadian government specifically but of government in general, of the apparatus that we call "Government". This is a good example of government paralysis at the end of the 20th century as it has to deal with various lobbies and finds it impossible to make a decision in the face of such lobbying.

The CBC has been going through a period of shocks for over 10 years. They began with the Applebaum–Hébert Report in 1982 which also spoke of distinct programming and proposed the use of independent producers, something which was subsequently implemented. It was at the time of the Applebaum–Hébert Report that the shocks which the CBC is still undergoing began.

Please allow me to humbly mention that in 1986 there was a 750–page report, to which my friend David made a brilliant contribution, which took 15 months and cost $3 million to prepare. This report also analyzed the role of the CBC within the broadcasting system. However, it differed a little from the findings contained in the paper prepared by Mr. Fox which stated that the CBC should offer a comprehensive range of Canadian programs within balanced proportions. This is an important qualification. I obviously believe that the role of the CBC as a provider of information is more important than its role in the area of sports, for example.

The Chair: That is not Mr. Manera's opinion.

Prof. Sauvageau: He is entitled to his opinion.

One of the important parts of this report, and this was also mentioned by David Ellis, was the suggestion that discussions on funding the Corporation be linked to discussion on its mandate. It was suggested that the CRTC should become the forum where the CBC would submit its proposals to have its license renewed and at the same time the government could present its funding plans for the same period, thereby harmonizing the mandate of the Corporation and its funding.

You may perhaps find somewhere on a shelf a dusty copy of this 1986 report. The point in question is on page 326 of the English version. As explanations always take a little longer in French, which is the reason why I will be speaking a little longer than David, it is on page 353 of the French version.

After the 1986 report, work was undertaken by the then Standing Committee on Communications and Culture. There were countless briefs submitted. The Committee heard the same groups who had come to submit briefs to us. Then there was a bill. You invited the same people again. That takes a lot of time and a lot of energy. You reinvited them to table further briefs. There were elections. The bill did not become law, but there was another bill after the elections. There was a new act in 1990. You could then see that the relationship between the funding of the Corporation and its mandate was inadequate. In December 1990 the legislation was adopted and, as usual, we heard all sorts of positive statements about the cultural role of the CBC in our society. However, at the same time as people were singing the praises of the CBC in December 1990, cuts were imposed on the Corporation and regional stations were closed down.

[*Texte*]

Tout de suite après, nouvelle parade de mémoires. Le Comité Girard–Peters qui remet son rapport en 1991. Je ne parle pas des audiences du CRTC sur les coupures, de l'exercice tout à fait académique des audiences de cet hiver sur le renouvellement des licences. Renouveler des licences sans connaître le financement dont on disposera, c'est un exercice académique. Je ne parle pas, non plus, du repositionnement que M. Veilleux a fait et de tous les comités qui ont travaillé à l'intérieur de Radio–Canada. Et nous revoici devant vous, David et moi. Maintenant on atteint des proportions kafkaïennes parce qu'on a demandé à David Ellis de faire une étude sur l'étude.

[*Traduction*]

Immediately afterwards there was a new stream of briefs. The Girard–Peters Committee submitted its report in 1991. I am not talking about the CRTC hearings on the cuts, the purely academic exercise conducted that winter on license renewal. Renewing licenses without identifying the funding available is an academic exercise. I am not talking either about the way Mr. Veilleux changed position or all the committees working inside the CBC. And here we are again, David and myself, before your Committee. Now the situation has become kafkaesque because David Ellis has been asked to carry out a study on the study.

• 1555

M. Ellis: Et de commenter l'étude sur l'étude!

M. Sauvageau: C'est extraordinaire. Je serais ravi de faire une étude sur une autre étude, celle sur les aspects internationaux de la télévision. Il y a beaucoup à dire sur cette étude qui présente les choses sous un visage extrêmement rose, alors que la littérature internationale sur le même sujet parle constamment de trois types de crise: crise d'identité, crise de financement et crise de fonctionnement. La télévision publique s'est développée dans une période d'abondance, et on a maintenant des structures très lourdes qui correspondaient peut–être à l'abondance, mais qui ne correspondent plus à la réalité de maintenant.

Mr. Ellis: And to comment on the study on the study?

Prof. Sauvageau: It is incredible. I would be delighted to carry out a study on another study, namely on the international aspects of television. There is a lot which could be said about that study which takes an extremely optimistic view of things, whereas international writings on the same subject talk constantly about three types of crisis: identity crisis, funding crisis and operating crisis. Public television has developed during a period of affluence, and we now have a very heavy structure which perhaps reflects such affluence, but no longer reflects current reality.

Pour en venir à la conclusion, je pense que ce dont on a besoin, ce ne sont plus des études. On a peut–être besoin de quelques synthèse faites par votre personnel de recherche sur tout ce qui a été dit, redit et écrit, ici et à l'étranger. Nous avons besoin d'une volonté politique. Il s'agit de répondre à une question simple: est–ce que l'intérêt général, le bien public—des mots qu'on oublie—exigent encore l'existence d'une radio–télévision publique? Radio–Canada a–t–elle, non pas des possiblités d'être rentable, mais une utilité sociale? C'est de cette façon qu'il faut poser les questions. Je croyais naïvement qu'on y avait répondu avec la Loi de 1991. Evidemment, on n'y avait répondu que de façon théorique puisqu'on a coupé au même moment.

In conclusion, I think that the thing we do not need is further studies. We do perhaps need a few studies carried out by your research staff to summarize the major points of everything which has been stated, repeated and written, both in Canada and abroad. We need a political will. An answer has to be provided to a simple question: Does the public interest, the public well–being, words which we have forgotten, still require the existence of a public radio and television? We should not ask whether the CBC can be viable, but rather can it serve a useful social purpose? Those are the questions we should be asking. I naively believed that we had answered them with the 1991 Act. Obviously, they had been answered only theoretically since cuts were imposed at the same time.

Si Radio–Canada est essentielle à la vie démocratique, ce que personnellement je crois, il faut être cohérent et lui fournir les moyens de fonctionner. Ensuite, quand on aura répondu à cette toute petite question sur l'utilité sociale de Radio–Canada, on pourra poser des questions plus précises. Est–ce que que nous voulons une télévision plus généraliste ou une télévision distincte, complémentaire? On parle toujours de la télévision parce que la radio est une réussite. Est–ce qu'on veut une télévision centralisée ou décentralisée?

If the CBC is essential to democratic life, something which I myself believe, we must be consistent and provide it with the resources it needs to operate. Then, after answering this very small question on the social usefulness of the CBC, we can ask more specific questions. Do we want a more broad–based television or a distinct, complementary television? We talk constantly about television because radio is a success. Do we want a centralized or decentralized television?

Personnellement, je pense qu'on doit encore souhaiter une télévision généraliste, une télévision décentralisée. En 1972, le président de Radio–Canada, Laurent Picard, expliquait les bienfaits de la décentralisation décisionnelle dans le secteur de la culture. Cela fait déjà quelques années qu'on aurait pu réfléchir là–dessus en quelque comité. On a besoin d'une télévision ayant des budgets transparents, des budgets qui nous disent ce que reçoit la radio, ce que reçoit la télévision et ce

Personally, I think that a broad–based television, a decentralized television, is still preferable. In 1972, the president of the CBC, Laurent Picard, explained the advantages of decentralizing decision making in the area of cultural affairs. Committees have had the opportunity to think about that for a few years now. We need a television system with clearly explained budgets. We should be able to see how much funding is received by radio, by television and by the French and English

[*Text*]

que reçoivent les réseaux français les réseaux anglais, et en vertu de quels critères. On pourrait élaborer des critères de répartition. Dans d'autres pays, par exemple en Suisse, il existe des critères de répartition entre les communautés linguistiques.

En terminant, je suis d'accord avec David qu'il faut poser ces questions dans le contexte actuel, qui n'est pas celui des années 1950. Radio–Canada doit accepter de changer. M. Spicer disait hier qu'il fallait réinventer la télévision publique. Je crois qu'il a raison, mais il faut la réinventer en tenant compte du passé, de l'éthique de la télévision publique et du sens de la télévision publique, qu'on a perdu, en oubliant, à mon humble avis, la hantise du contenu canadien. Je ne vois pas l'intérêt d'un contenu canadien ou québécois qui, souvent, n'est qu'un sous–produit des contenus américains.

Je regarde souvent les contenus étrangers de grande qualité. Lundi, par exemple, au 4, au réseau francophone, la seule émission qui m'était acceptable—évidemment j'ai peut–être des goûts différents d'autres—, c'était une coproduction de France–3 et de Channel 4, une excellente émission. Les trois émissions produites ici étaient, à peu de choses près, des sous–produits de la télévision américaine faits ici, sauf peut–être cette émission qui s'appelle *La petite vie*.

Il faut aussi tenir compte du fait que la télévision publique est un outil parmi d'autres de politique publique. Il faut analyser tout cela dans son ensemble: la réglementaiton, Téléfilm et Radio–Canada. Un autre des outils de la politique publique, dans le nouvel environnement multicanal, sera de moins en moins efficace, à mon avis. Il s'agit de la réglementation. Dans ce contexte–là, la télévision publique et Radio–Canada deviennent plus importantes que jamais.

Merci, monsieur le président.

Le président: Merci, monsieur Sauvageau. Nous passons tout de suite à M^me^ Tremblay.

Mme Tremblay (Rimouski–Témiscouata): Monsieur Sauvageau, même si votre auditoire est captif, j'imagine qu'il doit vous écouter avec intérêt. Merci à tous les deux pour vos présentations. Je m'excuse auprès de M. Ellis d'être arrivée en retard. Comme je déposais un projet de loi pour demander l'annulation de la condamnation de Louis Riel, j'ai été retardée.

• 1600

Par où doit–on commencer avec toutes ces choses intéressantes que vous nous avez dites? Monsieur Ellis, dans un premier temps, je voudrais savoir si je vous ai bien compris dans ce que j'ai lu. Malheureusement, je ne vous ai pas entendu aujourd'hui, mais je vous ai vu l'année dernière, lorsque vous êtes venu nous parler, et j'ai lu le rapport d'Omnia.

Maintenant, on serait rendu à une étape où nos politiques ne sont plus à jour, si j'ai bien compris, à une étape de convergence. Il faudrait donc qu'on refasse la politique de la radiodiffussion et des télécommunications. Pouvez–vous m'expliquer un peu votre vision du rôle d'une société d'État dans la révolution qu'on vit présentement? Est–il encore nécessaire qu'on ait une société d'État? M. Sauvageau disait comment Radio–Canada pouvait encore être utile, mais dans ce monde révolutionnaire de convergence, est–ce qu'il y a encore une place et un rôle pour une société d'État?

[*Translation*]

networks, and on the basis of what criteria. Criteria for the allocation of funding could be developed. In other countries, for example Switzerland, there are criteria for the allocation of funding to the various language communities.

In conclusion, I agree with David that these questions have to be asked in the present context which is different from that of the 1950s. The CBC must agree to change. Mr. Spicer said yesterday that we have to reinvent public television. I think that he is right, but in reinventing it we must remember the past, the ethic and meaning of public television, which in my humble opinion has been lost, and forget about our obsession with Canadian content. I do not see the point of Canadian or Quebec content which is often only a byproduct of American content.

I often look at high quality foreign programs. On Channel 4, the Francophone network, I watched on Monday the only program I found acceptable, obviously my tastes may be different from those of other people, namely an excellent joint production make by France–3 and Channel 4. The three programs produces here were more or less by–products of American television made here, except perhaps in the case of the program *La petite vie*.

We must also keep in mind that public television is one of the tools of public policy. This has to be looked at as a whole: regulations, Téléfilm and the CBC. I believe that one of the other tools of public policy, namely regulations, will prove to be less and less effective in the new multi–channel environment. In this context, public television and the CBC will become more important than ever.

Thank you Mr. Chairman.

The Chair: Thank you Mr. Sauvageau. We will move immediately to Ms. Tremblay.

Ms. Tremblay (Rimouski–Témiscouata): Mr. Sauvageau, even though your audience is a captive one, I imagine that they must listen to you with interest. I would like to thank both of the witnesses for their presentations. I apologize to Mr. Ellis for arriving late. As I was tabling a bill seeking to have the conviction of Louis Riel quashed, I was delayed.

Where should we start with all those interesting points that you brought to our attention? Mr. Ellis, firstly, I would like to know if I understood correctly what you wrote. Unfortunately, I did not hear you today, but I saw you last year when you appeared before us and I read the Omnia Report.

If understood correctly, we have now reached a stage where our policies have not caught up with the changes brought on by convergence. So the whole broadcasting and telecommunications policy should be overhauled. Could you explain to me how you view the role of a Crown Corporation in the revolution that we are going through presently? Is it still necessary to maintain a Crown Corporation? Mr. Sauvageau was telling us how the CBC could still be useful, but in this revolutionary world of convergence, is there still a place and a role for a Crown Corporation?

[*Texte*]

Mr. Ellis: If I may, let me answer that question a little indirectly by avoiding reference, at least right away, to the CBC, and perhaps we can come back to that if it seems appropriate.

I think one of the most misunderstood issues we face at the moment is that many people assume convergence means we must have a system in which there is galloping deregulation and a gradual withdrawal of the CRTC from the playing field. Now, we're referring to a *société d'État* that is not necessarily a producer but may play a role as a regulator or some other role, and there are several institutions that would perhaps fit your definition.

I may have said in this forum before, and I would certainly repeat it the strongest terms, that even though I think we have now reached a stage where convergence is going to eliminate the need for certain kinds of regulation—and there's a chapter in my book *Split screen* called "Technology, the Ultimate Deregulator?"—that does not mean there is not a role for the state and for agencies of the state to play, even in a marketplace where regulation and regulated monopolies have given way, to a very great extent, to a competitive marketplace.

There are a number of very important issues that I'm happy to see the regulator is beginning to grapple with. They have begun to creep in beside the age–old concerns about the protection of content and the promotion of Canadian content, quotas, and conditions of licence. Some of these would include privacy, for example, and another would be rate regulation, in a system where we have not yet achieved full and effective competition amongst all of the players to which convergence will open the floodgates. I think another is the whole issue of open access—open access for the CBC to networks, just as much as for private players.

I do not believe that in a country such as ours where the marketplace has to be manipulated to some degree for many purposes, especially for the cultural industries, we can do away with a role for the state, at least as a facilitator or as a regulator. But I think what is causing so much grief to so many of the people involved, so many of the interested parties, is that we're going to have to give up, in effect, regulating certain kinds of things and tackle new issues that we don't yet fully understand.

Perhaps I could just add to that one very brief comment about the CBC to bring the thing full circle. Even though I struggled for a number of weeks with some of the formulas originally proposed in the NGO study and tried to make a constructive contribution of my own, it is extremely difficult to imagine how in the next 5 to 10 years the CBC can provide the kinds of services I think it ought to be providing, whether as a broadcaster, an educational broadcaster, a developer of CD–ROM titles or whatever the role may be. It's difficult to imagine how that can be done without a substantial subsidy from the public purse.

[*Traduction*]

M. Ellis: Je voudrais répondre à cette question de façon indirecte en évitant, du moins dans un premier temps, de mentionner explicitement la SRC. On pourra y revenir au besoin.

Je crois que l'un des plus grands malentendus qui existe à l'heure actuelle, c'est que bien des gens supposent que la convergence signifie qu'il faut établir un système comportant une déréglementation hâtive et un retrait graduel du CRTC de ce secteur. Maintenant, nous faisons allusion à une société d'État qui ne serait pas nécessairement un producteur, mais qui pourrait jouer un rôle de réglementation ou un autre rôle et il y a plusieurs institutions qui pourraient correspondre à votre définition.

Je l'ai peut–être déjà dit ici même, et je tiens à le réitérer de façon catégorique: même si je crois que nous avons maintenant atteint un stade où la convergence fera disparaître le besoin de certaines formes de réglementation—il y a d'ailleurs un chapitre dans mon livre *Split screen* qui est intitulé «La technologie va–t–elle faire disparaître la réglementation?»—mais cela ne veut pas dire que l'État et les organismes d'État n'ont pas un rôle à jouer, même dans un marché où la réglementation et les monopoles réglementés ont été remplacés dans une large mesure par les forces du marché et la concurrence.

Je suis content de voir que les organes de réglementation s'attaquent à certains dossiers très importants qui commencent à prendre le pas sur les vieilles préoccupations concernant la protection et la promotion du contenu canadien, les contingents et les conditions d'octroi des licenses. Parmi ces nouvelles préoccupations, il y aurait par exemple la vie privée, et aussi la réglementation des tarifs dans un système où l'on a pas encore atteint la concurrence pleine et entière entre tous les intervenants auxquels la convergence ouvrira toute grande les portes. Il y a par ailleurs toute la question de la liberté d'accès, notamment la liberté pour la SRC d'accéder aux réseaux, tout comme d'ailleurs les diffuseurs privés.

Je ne crois pas que dans un pays comme le nôtre, où il faut manipuler le marché à des degrés divers pour de nombreuses raisons, surtout dans le secteur culturel, nous puissions jamais nous débarrasser du rôle de l'État, tout au moins à titre de facilitateur ou d'organe de réglementation. Mais je crois que ce qui inquiète tellement un si grand nombre de gens et de parties intéressés c'est que nous devrons renoncer en fait à réglementer certaines choses et que nous devrons nous attaquer à des dossiers nouveaux que nous ne comprenons pas encore tout à fait.

Je pourrais peut–être ajouter à cela une brève observation sur la SRC pour boucler la boucle. Même si je me suis débattu pendant plusieurs semaines avec certaines formules proposées au départ dans l'étude du groupe Nordicité et si j'ai essayé, de faire un apport personnel créatif, il est extrêmement difficile d'imaginer comment, au cours des cinq à dix prochaines années, la SRC pourra fournir le genre de services qu'elle devrait à mon avis offrir, soit en tant que radiodiffuseur, radiodiffuseur éducatif, créateur de CD ROM, peu importe le rôle qu'elle veut jouer. Il est difficile d'imaginer comment cela serait possible sans des subventions importantes du gouvernement.

[*Text*] [*Translation*]

• 1605

That's why I say that searching for alternative revenue mechanisms is a worthwhile exercise. It's part of the due diligence that those who are responsible for the CBC must go through. I guess my final answer to that would be yes, there has to be a continuing role for a *société d'État*, if you mean one that is heavily subsidized from public funds.

Mme Tremblay: Le CRTC est un organisme du Parlement, et Radio–Canada est un organisme créé par une loi du Parlement. Donc, ils sont sur le même pied. Je pense à un moyen de réaliser d'importantes économies. Il semble qu'il y a beaucoup de gens au siège social, sur la rue Bronson, qui s'occupent à plein temps du CRTC. Est–ce qu'il serait pensable que dorénavant, le CRTC n'ait plus jamais à voir Radio–Canada et que Radio–Canada ne rende compte qu'au Parlement, avec de vrais chiffres qu'on pourrait lire et comprendre au lieu de choses qu'on ne comprend strictement pas? On n'est pas capables de retrouver quoi que ce soit là–dedans.

Mr. Ellis: I think I'd answer that in three parts. First of all, the CBC claims that something like 3.6% of their total operating budget is devoted to what they define as head office expenses. The terms is. . .anyhow, that may be debatable.

Mme Tremblay: Je vais vous dire juste une chose. Le président, M. Manera, nous a dit qu'avec les sports, il ne faisait que 1,9 million de dollars de profit, parce qu'il y avait une partie de son salaire qui était enlevée là–dedans. Donc, les bureaux de la rue Bronson ne représentent pas seulement 3,6 p. 100 des dépenses. Je ne crois pas cela.

Mr. Ellis: One of the perennial problems with the CBC is that if you ask 10 different accountants to go through the books, they will start with 10 different sets of accounting assumptions and end up with 10 different answers, and we will be here for the rest of our lives arguing about whether it's 3.6%, 5.8% or some other percent.

I think you raise two other important issues in your question. One has to do with the fact that the Broadcasting Act provides that the CBC cannot be refused a licence, but if there is a dispute between the executive committee and the board of directors, they must go to the minister for adjudication. There are worse ways of managing the system, I suppose, but I think you've put your finger on exactly one part of the issue that Florian and I have both been alluding to, and that is the problem of matching mandate to resources.

If the CBC, because of the scope of its mandate, has to keep on doing things that seem to be duplicated elsewhere and uses up resources doing that, then let's narrow the scope of the mandate—if a case can be made that this will be made up in other ways—and make up for that in reduced resources on the other side of the ledger. So while I think your suggestion would require a good deal more study, it's certainly in the spirit of what I have in mind, although I won't put words in Florian's mouth.

M. Sauvageau: Pas encore des études!

Mr. Ellis: Did I say more study? I'm sorry.

C'est la raison pour laquelle j'estime qu'il vaut la peine de rechercher d'autres mécanismes de financement. Cela fait partie du travail laborieux auquel doivent s'astreindre les responsables de la SRC. Bref, j'estime, qu'effectivement, une société d'État à bel et bien un rôle à jouer si par société d'État vous entendez un organisme hautement subventionné.

Mrs. Tremblay: The CRTC is a creation of Parliament as well as CBC. They are on the same footing. I'm trying to find a way to make substantial savings. It seems to me that there are many people at the headquarters on Bronson Avenue who devote their whole time to the CRTC. Could we imagine that from now on the CRTC would not have anything to do any more with CBC and that CBC would have to report only to Parliament, with real numbers that we could read and understand instead of what we get which we cannot figure out at all?

M. Ellis: Je répondrai en vous disant trois choses. Tout d'abord, la SRC prétend que quelque 3,6 p. 100 de son budget total d'exploitation est consacré aux dépenses de ce qu'elle définit par siège social. Le terme est. . . en tout cas c'est peut–être discutable.

Mrs. Tremblay: I want to say just one thing. Mr. Manera, the president of CBC, told us that with sports they only made $1.9 million profit because a part of his salary came from that amount. I cannot therefore believe that the head office on Bronson only represents 3.6% of the expenses. I don't believe that.

M. Ellis: L'un des problèmes auxquels on se heurte toujours avec la SRC c'est que si l'on demande à 10 comptables différents de se pencher sur les livres de la société, ils le feront en se basant sur 10 principes comptables différents ce qui nous donnera 10 réponses différentes et on continuera pour le restant de nos jours à nous poser la question à savoir s'il s'agissait de 3,6 p. 100, de 5,8 p. 100 ou quelque autre pourcentage.

Je crois que vous soulevez deux autres sujets importants dans votre question. Tout d'abord, en vertu de la Loi sur la radiodiffusion, on ne peut pas refuser de licence à la SRC, mais en cas de différend entre le comité exécutif et le conseil d'administration, la société doit demander l'arbitrage du ministre. Je suppose qu'il y a encore des façons pires de diriger cette entreprise, mais je crois que vous avez mis le doigt sur un aspect de la question à laquelle Florian et moi–même avons fait allusion, et c'est la question du mandat équivalent aux ressources.

Si la SRC, étant donné la portée de son mandat, doit continuer à faire des choses qui semblent être faites ailleurs également tout en utilisant des ressources pour cela, alors qu'on diminue la portée du mandat—si l'on peut démontrer par exemple qu'on compensera d'une autre façon—et qu'on diminue les ressources à ce poste. Donc, même si je pense que votre suggestion nécessiterait qu'on l'étudie beaucoup plus en détail, elle reflète certes ma pensée, mais je ne voudrais pas faire dire à Florian ce qu'il n'a pas dit.

Prof. Sauvageau: Not more studies!

M. Ellis: Est–ce que j'ai dit qu'il faudrait étudier la question davantage? Je m'en excuse.

[*Texte*]

C'est une déformation professionnelle.

I'm a consultant and I was hoping there'd be another study out of this whole thing.

Le président: Avez-vous quelque chose à ajouter, monsieur Sauvageau?

M. Sauvageau: Je veux ajouter deux choses. Ce qu'évoque M^me^ Tremblay, c'est le balancier, d'une certaine manière. Ce qu'elle semble ne pas aimer, si je comprends bien, c'est la centralisation et l'importance du siège social. Cette importance a varié au cours de l'histoire. Il y a eu des époques où les deux têtes de réseau, à Toronto et à Montréal, étaient bien plus importantes, alors que le siège social était bien moins important.

• 1610

J'ai une très grande estime et même de l'amitié pour M. Juneau, qui a été président de Radio-Canada, mais une des choses sur laquelles je suis en total désaccord avec lui, c'est l'opération centralisation qu'il a faite.

Mme Tremblay: C'était un ami de M. Trudeau.

M. Sauvageau: Il a recentralisé. Il dit souvent à la blague que, quand il est arrivé, il avait un téléphone et rien à faire. Il a donc décidé de travailler.

Donc, il y a eu un mouvement du balancier. Je suis plus, comme je l'ai dit, de l'école de M. Picard, qui voulait que les choses se gèrent près de la production. Je pense que c'est ce qu'il faut faire dans le secteur culturel.

La BBC a donné énormément de pouvoir aux producteurs dans le cadre de ce qu'ils appellent le *producer's choice*. Le producteur peut même choisir de faire les choses à l'interne ou à l'externe. Je ne sais pas si cela a eu du succès, mais c'est une bonne idée que de donner de l'autorité de gestion à ceux qui font des émissions, aux créateurs.

Il faut aussi ajouter que jusqu'en 1968, le CRTC, qui s'appelait à ce moment-là le BGR, n'avait rien à voir avec Radio-Canada. Jusqu'en 1958, Radio-Canada réglementait le secteur privé. En 1958, on a créé le BGR pour réglementer le secteur privé, puis en 1968, on a donné au CRTC la responsabilité de réglementer aussi Radio-Canada.

Dans les années qui viennent, à cause de la convergence, le CRTC sera de plus en plus aux prises avec des problèmes économiques énormes. Je ne suis pas certain — je ne veux pas dire qu'il faut faire des études — que Radio-Canada ne devrait pas être redevable à un autre organisme. Vous parlez du Parlement.

Mme Tremblay: Mais il l'est déjà.

M. Sauvageau: Oui, mais que Radio-Canada ne soit plus réglementée par le CRTC. Il faudrait peut-être penser à un autre organisme plus culturel, parce que j'ai l'impression que le CRTC va devenir de moins en moins culturel au cours des prochaines années.

M. Ringma (Nanaïmo—Cowichan): J'aimerais parler de la privatisation, non pas complète, de Radio-Canada, mais de certain de ses secteurs.

M. Ellis a parlé d'une production possible de CD-ROM. Cela me fait de la peine, parce que je me dis que c'est faire la concurrence à l'industrie privé. Cela ne doit pas être.

[*Traduction*]

I'm terribly conditioned by my job.

Je suis consultant et j'espérais évidemment pouvoir en tirer une autre étude.

The Chair: Do you have anything to add, Mr. Sauvageau?

Prof. Sauvageau: Two things. What Mrs. Tremblay is really talking about is the pendulum swinging back and forth. What she doesn't seem to like, if I understand her correctly, is centralization and the importance of the head office. This importance has fluctuated with the times. There were times when the two networks headquarters, in Toronto and in Montreal, were much more important, and head office played a minor role.

I have a lot of respect for Mr. Juneau and I even regard him as a friend, but there is one thing which I totally disagree with him on, it's the centralization he did when he was president of the CBC.

Mrs. Tremblay: He was a friend of Mr. Trudeau.

Prof. Sauvageau: He recentralized everything. He often said as a joke that, when he arrived, he had a phone and nothing to do. So, he decided to work.

So, things changed back and forth. As I said, I'm rather on the side of Mr. Picard who wanted management to be closer to production. I think that's what you have to do in the cultural sector.

The BBC gave a lot of authority to their producers when they launched what they call the producer's choice. The producer can even choose to have things done inside or outside. I don't know if it was successful, but it's a good idea to give management authority to those who produce the programs, the creators.

It should also be noted that until 1968, the CRTC which was called at that time the BBG, had nothing to do with the CBC. Until 1958, the CBC regulated the private sector. In 1958, the BBG was established to regulate the private sector then, in 1968, the CRTC was also asked to regulate the CBC.

In the next few years, because of the convergence, the CRTC is going to have to deal more and more with enormous economic problems. I am not sure — I'm not saying that we should have more studies — that the CBC shouldn't be accountable to another entity. You mentioned Parliament.

Mrs. Tremblay: But it already is.

Prof. Sauvageau: Yes, but more in terms of not being regulated by the CRTC. Maybe we should find a more culturally oriented organization, because it seems to me that the CRTC is going to become less and less cultural in the next few years.

Mr. Ringma (Nanaïmo—Cowichan): I'd like to talk about privitizing the CBC, not entirely, but some of its services.

Mr. Ellis talked about the eventual production of CD-ROMs. This upsets me because, to me, it means going in competition with the private sector. This should not be.

[*Text*]

Cependant, dans les secteurs comme la production, le génie et les affaires, il est peut–être sensé de faire de la privatisation.

You are totally bilingual, Mr. Ellis. I don't have to go through that again. I would value both of your opinions on that. I would like to hear what you have to say about whatever sectors you think are potential for it. Thank you.

Mr. Ellis: The word "privatization" raises hackles, so at the risk of sounding like I'm now evading the question, because you raise a couple of very valid points, I'm going to deal with your question in the following manner. I think this ties in with one of the suggestions with which I've closed the document. I've referred to it as unbundling services. It's the third conclusion, or suggestion, which appears on page 35 of the English text. It also goes back to Madam Tremblay's question about head office.

• 1615

It's perhaps a little too easy to look at head office. I have said only half facetiously to some of my clients at the CBC, let's solve this problem and let's start by putting a bomb under head office. I think that as we move more and more through the era of convergence, it is going to be more and more difficult for the corporation to present one monolithic face to the world.

I think the best illustration of this that we have—which again I think I've mentioned in my paper—is that in English Canada many Canadians, otherwise intelligent and well–informed, have this idea that this billion–dollar appropriation essentially pays for one English television network. When we talk about the problems of the CBC, there is a great deal of confusion about whether we mean radio or television and whether we mean English or French. Even at the level of debate or analysis of the CBC, I think there is a tremendous amount of confusion, and I'm saying this confusion can only get worse when we have to deal with everything as one monolithic entity.

In fact, just before we began, Florian was pointing out that everybody says the CBC's problems are all associated with the English television network and things are just hunky–dory in Quebec. I defer to Florian on this, and he says that it ain't so. I would take that point further and suggest to you that CBC radio, and I'm speaking only of English radio now, is referred to as a model by many Canadian observers and listeners, but it too is going to have some tremendous problems in the multi–channel future, especially since they're going to have to deal with the omnipresent and extremely cheap delivery of pictures, of video, which may either change their business drastically or put them out of business.

When I mention CD–ROM title development as an example... By the way, one department of the CBC in English television already has a consultant working on putting CBC material onto CD–ROM. If the idea is to have the CBC educate the citizens of this country or inform the citizens of this country, help make school kids better citizens or do any one of a number of things that will promote the national welfare, there are many new avenues by which we can accomplish this.

I think what we have to do, Mr. Ringma, is to pick our cases. I think in some cases perhaps the CBC should hive off certain parts of its operation, and in other places it should cooperate with the private sector, as it has done very

[*Translation*]

However, in some sectors such as production, engineering, and business, it might make sense to privitize.

Vous êtes parfaitement bilingue, monsieur Ellis. Je n'ai pas besoin de répéter. J'aimerais avoir votre opinion sur ces deux sujets. J'aimerais vous entendre dire quels sont les secteurs qui, à votre avis, seraient les meilleurs candidats à la privatisation. Merci.

M. Ellis: Le mot «privatisation» fait dresser les cheveux sur la tête et donc, au risque d'avoir l'air de me dérober, car les deux points que vous avez soulevés sont tout à fait valables, je vais répondre à votre question de la manière suivante. À mon avis, cela concorde avec une des suggestions que j'ai faites à la fin du document que j'ai présenté. J'ai appelé cela le dégroupement des services. Il s'agit de la troisième conclusion, ou suggestion, que l'on trouve à la page 35 du texte anglais. Cela rejoint aussi la question de M^me^ Tremblay à propos du siège social.

C'est peut–être un peu trop facile de se concentrer sur le siège social. À la rigolade, j'ai dit à certains de mes clients à la SRC que l'on pourrait peut–être résoudre le problème avec une petite bombe au siège social. Je pense que plus on s'engagera dans l'ère de la convergence, plus il sera difficile pour la Société de se présenter comme un organisme monolithique.

La meilleure illustration, dont j'ai parlé je crois dans mon document, est le fait qu'au Canada anglais, beaucoup de gens intelligents et bien informés pensent que les crédits de un milliard de dollars versés à la SRC servent à payer le réseau de télévision anglais. Quand on parle des problèmes de la SRC, il semble que les gens ne savent pas si l'on parle de la radio, de la télévision, du côté anglais ou français. Même les gens qui analysent la Société, et ceux qui débattent de son rôle ne savent pas toujours très bien de quoi il s'agit. Et cette confusion ne peut que s'accentuer si l'on doit toujours traiter avec la Société comme étant un organisme monolithique.

En fait, avant de commencer la séance, Florian faisait remarquer que d'après ce que l'on entend partout, les problèmes de la SRC seraient tous associés au réseau de télévision anglais et que les choses seraient impeccables au Québec. Je m'en remets à Florian à ce sujet, et il dit que ce n'est pas le cas. Je vais même un peu plus loin pour vous dire que la radio de la SRC, et je parle ici uniquement de la radio anglaise est considérée comme un modèle par beaucoup d'observateurs et d'auditeurs, mais elles aussi aura de graves problèmes à l'ère des canaux multiples face à l'omniprésence de l'image de la vidéo acheminée à très bon marché, ce qui pourra soit changer la situation du tout au tout, soit les mettre hors jeu.

Quand je parle des programmes CD–ROM... soit dit en passant, un service de la SRC, télévision anglaise, a déjà un consultant qui travaille en vue de mettre les émissions de la SRC sur CD–ROMs. Si l'on s'attend à ce que la SRC éduque les citoyens de notre pays et les informe, fasse des élèves de nos écoles de meilleurs citoyens ou toutes sortes d'autres choses qui permettront de promouvoir le bien–être national, il y a beaucoup de façons de le faire.

Ce que l'on doit faire, monsieur Ringma, c'est procéder au cas par cas. Dans certains cas, la SRC devrait abandonner certains domaines, dans d'autres elle devrait collaborer avec le secteur privé, comme elle l'a fait, avec beaucoup de succès, avec

[*Texte*]

successfully with Power Broadcasting. This for some purposes may be an excellent model, not only for how the CBC can cooperate without using up large amounts of additional funds but how it can actually export the programming, in this case Trio and Newsworld International, to the United States.

I think if we stick too much to the vocabulary of privatization and competition, we may miss other models that will give us opportunities to help the CBC grow and to help certain private sector partners actually grow and develop with it.

M. Sauvageau: Si vous me permettez, je n'aime pas beaucoup la façon dont vous posez la question.

I don't like to say what should be privatized within the CBC. I would like us to approach the thing in a different manner. As I asked in my presentation, where is there a role for the public sector? There are many things that cannot be achieved through the market.

Il est évident qu'il est impossible de réaliser toutes les fonctions d'éducation et toutes les fonctions d'information, comme le fait Radio–Canada, sur la base du marché. On a tendance à être critique vis–à–vis de Radio–Canada. Pour continuer dans le sens de ce que dit David, j'ai tendance à dire que le réseau français, qui est toujours présenté comme un modèle, n'est pas vraiment un modèle. Le réseau français vit depuis quelques années, à mon avis, la même dérive que toutes les télévisions publiques du monde, parce qu'on lui demande de chercher de la publicité. Quand vous allez chercher de la publicité, vous devez faire des émissions qui rejoignent les plus grands auditoires possibles. Cela crée un problème.

[*Traduction*]

la Power Broadcasting. Cela pourrait d'ailleurs être un excellent modèle, non seulement de la façon dont la SRC peut collaborer avec le secteur privé sans avoir besoin de fonds importants supplémentaires mais également comment elle peut exporter la programmation; en l'occurence il s'agit de Trio et de Newsworld International, qu'on exporte aux États–Unis.

Si l'on s'en tient trop au vocabulaire de la privatisation et de la concurrence, on ratera peut–être d'autres modèles qui pourraient nous donner la possibilité d'aider la SRC à se développer davantage ainsi que certaines compagnies du secteur privé également.

Prof. Sauvageau: If you allow me, I don't really like the way you are asking the question.

Je n'aime pas dire quels secteurs on devrait privatiser au sein de la SRC. J'aimerais aborder la question différemment. Comme je l'ai dit dans mon exposé, où le secteur public a–t–il un rôle à jouer? Il y a beaucoup de choses que l'on ne peut pas réaliser en s'en remettant au marché.

It is obvious that it's impossible to educate and inform as CBC does by relying on the marketplace. And to follow up on what David said, I would suggest that the French network, which is always presented as a model is not really a model. The French network, like all public televisions in the world, has drifted for the last few years, because it has to look for publicity. And if you do that, you have to make programs that appeal to the larger audiences, and that is a problem.

• 1620

Mais, en temps, Radio–Canada joue, en matière d'information, un rôle que le secteur privé ne jouerait pas de cette façon, tant en anglais qu'en français. Je pense aux émissions d'information de 22 heures à 23 heures. On ne pourrait pas avoir ce type d'information, à mon avis, avec la télévision privée.

On n'a qu'à regarder ce que font les réseaux américains, qui font de la bonne télévision commerciale mais qui ne vont jamais... On voit toutes les critiques dont sont l'objet les réseaux américains. Quand il y a de grands conflits dans le monde, par exemple, on s'intéresse seulement aux images et on ne s'applique pas du tout à expliquer les enjeux de tout cela. Radio–Canada le fait. Je suis fier de Radio–Canada quand je vois des émissions comme *Le Point*, en français, où on explique les enjeux.

Par contre, il y a des façons de diminuer l'importance de Radio–Canada. Comme je le disais tout à l'heure, Radio–Canada ne peut plus être le Radio–Canada des années 1950. Il est possible que ce modèle britannique du *producer's choice* soit une façon de réduire certains services à l'intérieur de Radio–Canada. Est–ce que Radio–Canada a besoin de costumiers ou de menuisiers? Il y a beaucoup de services qui pourraient être acquis à l'extérieur. Cependant, je ne voudrais pas qu'on démantèle Radio–Canada par morceaux en disant: Est–ce qu'on ne peut pas enlever, par exemple, l'*engineering*? Il faut que Radio–Canada ait un pied dans les nouvelles technologies. Il n'est pas possible que le secteur public... D'ailleurs, je n'aime

However, in the area of information, the CBC also plays a role in English and in French which the private sector would not assume in the same way. I am thinking of the news programs presented from 10 p.m. to 11 p.m. I do not think that you could have this type of news of information with private television.

We only have to look at what the American networks are doing. They make good commercial television but will never... Look at all the criticism levelled at American networks. When major conflicts erupted in the world, for example, they are interested only in the film footage and make no effort to explain the issues involved. However, the CBC does do that. I am proud of the CBC when I see in French such programs as *Le Point*, where the issues involved are explained.

However, there are ways of decreasing the importance of the CBC. As I said earlier, the CBC can no longer be what it was during the 1950s. Perhaps the British model of Producers Choice is one way of reducing certain services provided within the Corporation. Does the CBC need costume designers or carpenters? Many services could be provided from outside the Corporation. However, I would not like to see the CBC dismantled step by step by taking away, for example, its engineering department. The CBC must be involved in developing new technology. The public sector cannot... In fact I don't like the expression "State corporatio". I think we should talk about a "public corporation". The other

[*Text*]

pas parler de la société d'État. Je pense qu'il faut parler de la société publique. Une société d'État, cela me rappelle un peu les anciens pays de l'Est. J'aime mieux qu'on parle d'une société publique. Je ne pense pas qu'il faille envisager le problème en disant: On va la démanteler à la pièce et éliminer un certain nombre de choses. Je pense qu'il faut plutôt envisager le dossier en disant: Qu'est–ce qui est encore essentiel comme bien public, comme intérêt public que doit réaliser le secteur public de la radio et de la télévision à la fin du siècle? C'est comme cela, à mon avis, qu'il faut poser la question.

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): As you probably know, yesterday we had Mr. Spicer here, and one of the comments he made was that his function is not to micro–manage the CBC.

You've made some interesting comments today, one being that the CBC is an institution worth maintaining but not in its present form. That, I think, is what Mr. Ellis said. You also said that in the short–term solution the mandate must match the resources. I think Professor Sauvageau referred to the fact that there have to be some sort of ties between the programming and the financing.

At the same time, recently we've heard from Mr. Manera at CBC, who had stated that the mandate of the CBC in his opinion is fine. He's quite willing to live with it.

I'm wondering what you foresee in terms of the mandate of the CBC, either in the short term or the long term, the short term having regard perhaps to the situation at CBC and the long term having regard to—I don't know when it's coming—the changing technology.

I'm thinking in particular of the fact that when Mr. Manera was here, he interpreted the mandate of the CBC to mean that sports broadcasting and professional sports in particular fulfilled the mandate of that corporation. Yet yesterday the CRTC chief stated that they would like to see less sports programming. They felt the opposite of Mr. Manera.

Do you see this Parliament at some point creating a new statutory mandate for the CBC?

Mr. Ellis: The short answer is yes. Either the mandate will have to be formally amended by you and your colleagues or there will have to be some fairly radical reinterpretation of the mandate. I'm not a lawyer and I'm not sure exactly how that could be achieved.

I know there are different schools of thought on this and the policy preamble in section 3 is not something one wants to tinker with lightly. It takes a great deal of consensus–building and careful legal draftsmanship to arrive at something that will satisfy most of the parties.

Let me try to answer your question, Mr. Gallaway, by the reference to sports. I'll get to that in a moment. I think one reason Mr. Spicer feels it's not necessary for him to micro–manage the CBC is because that's what everybody else does, as for example John Haslett Cuff in today's *The Globe and Mail*, who is micro–managing the hiring and firing of hosts on *Midday*. But it's not just John; there are thousands of us who have been doing this as a career.

[*Translation*]

expression calls to mind countries of the former Eastern Block. I prefer to talk of a public corporation. I don't think that we should try to resolve the problem by dismantling the Corporation step by step and eliminating certain services. Rather, I think that we should consider what is essential for the public good and what radio and television should seek to do in the public interest at the end of the 20th century. In my view, that is the question we should be asking.

M. Gallaway (Sarnia—Lambton): Vous savez sans doute que M. Spicer a comparu hier devant le comité et il a dit qu'il n'avait pas pour rôle d'assurer la micro–gestion de la SRC.

Vous avez fait des observations intéressantes ici aujourd'hui, en disant notamment qu'il vaudrait la peine de préserver la SRC et mais pas sous forme actuelle. Je pense que c'est ce que M. Ellis a dit. Vous avez dit aussi que comme solution à court terme il fallait que le mandat aille de pair avec le financement. Je pense que le professeur Sauvageau a dit qu'il faut relier la programmation au financement de la Société.

Cependant, M. Manera, président de la SRC, nous a dit récemment qu'il ne voit aucun problème avec le mandat de la société. Il peut s'en accommoder sans difficulté.

Comment voyez–vous l'évolution du mandat de la SRC, tant à court terme qu'à long terme. À court terme comment régler les problèmes immédiats de la Société, et à long terme comment faut–il s'adapter aux changements technologiques qui se dessinent à l'horizon.

Lors de sa comparution M. Manera a dit qu'à son avis la Société accomplissait son mandat en diffusant des émissions sportives et surtout des émissions de sports professionnels. Cependant, le président du CRTC nous a dit hier qu'il préférerait voir moins d'émissions sportives. L'opinion du CRTC était tout à fait opposée à celle de M. Manera.

Pensez–vous que le Parlement créera un jour un nouveau mandat pour la SRC?

M. Ellis: En un mot, oui. Ou bien vous et vos collègues devrez modifier le mandat de la société ou bien il faudra le réinterpréter de façon radicale. Je ne suis pas avocat et je ne sais exactement comment on pourrait le faire.

Je sais que les opinions divergent à ce sujet, et il serait imprudent d'essayer de modifier l'article 3 qui traite de la politique canadienne de radiodiffusion, sans y avoir réfléchi soigneusement. Il faut déployer beaucoup d'efforts pour parvenir à un consensus et il faut rédiger un texte juridique avec grand soin afin de trouver un terrain d'entente qui puisse satisfaire la plupart des parties.

• 1625

Permettez–moi de tenter de répondre à votre question, monsieur Gallaway, en ce qui concerne les sports. J'y arrive dans un instant. Si M. Spicer estime qu'il n'a pas à micro–gerer la SRC, c'est que tous les autres le font comme, par exemple, John Haslett Cuff dans le *Globe and Mail* d'aujourd'hui avec l'embauche et le congédiement des animateurs de l'émission *Midday*. Il n'y a pas que John; nous sommes des milliers à le faire professionnellement.

[*Texte*]

Mr. Manera, I suppose—I'd better be careful what I say here—it's not Mr. Manera's job to come and tell this august body that the mandate stinks, and "if you don't change it, I'm out of here". In a sense, I think what's valid in that general take of the presidents is that in many ways the goals that are set out in the mandate are themselves unobjectionable. I think the problems arise in how these goals are to be achieved.

There are a couple of really outstanding issues here, one of them involving the notorious example of sports. The mandate suggests in no uncertain terms that the CBC is intended to be a general interest broadcaster. I don't think the CBC is always going to be a general interest broadcaster in the way we have meant that over the past number of years.

I also think new technologies may actually just make some of those problems disappear. I think many people object to having sports on the CBC, not because they dislike sports per se but because they dislike spending six or seven weeks in the spring having everything else pre–empted for hockey play–offs. The solution to that will ultimately be more channel capacity and the ability to put different kinds of programming on different channels.

That's why I think the tendency that began with Newsworld, the trend to moving away from being a general interest broadcaster to being a narrowcaster, is a trend that we are going to see continue. The *Réseau de l'Information* will be up and running in January, and the CBC has 20% of Showcase. I think this will expand.

That in many ways, I think, will just by default resolve some of the problems you're referring to. But I think that still leaves some issues about how the CBC is viewed by those of you in this room who are responsible for its operation, and also by those who run the CBC. I repeat once again my message, at the risk of sounding like a broken record, that the CBC has to start seeing itself as something more than just a broadcaster in the long run.

Prof. Sauvageau: I don't want to see the day where there won't be sports at all on the CBC. I don't want to live in a society where our citizens would have to pay on a pay–per–view basis for the Stanley Cup games, for instance. I think it is part of the mandate of the CBC to do some sports, and to do sports probably, once again, in a different way from the private sector.

All that relates to a question of management. You have to decide what is in the public interest, to be done by the public sector. The CBC management has to decide, or has to learn again what they knew in the past, how to manage in the public sector philosophy, in the public sector ethics. Even if I'm a baseball fan, in my opinion it is not the role of the public broadcaster to broadcast or telecast 60 games of the Montreal Expos or the Toronto Blue Jays, similar to the private sector's 60 or 50 games of the Montreal Expos.

[*Traduction*]

M. Manera, je suppose—et j'aurais intérêt à faire attention, à ce que je dis. . . Il n'est pas dans les attributions de M. Manera de venir déclarer à cette auguste assemblée que son mandat est un casse–tête et que si: «vous ne le changez pas, je lâche.» D'une certaine façon, je pense que ce qui est à retenir, c'est qu'on ne saurait s'opposer aux objectifs énoncés dans le mandat. Le problème se pose, je pense, sur les moyens.

Quelques questions dominantes se posent, dont une porte sur l'exemple notoire, celui des sports. Le mandat énonce très clairement que la SRC doit diffuser des émissions d'intérêt général. Je ne pense pas que la SRC continuera indéfiniment à diffuser ce genre d'émissions d'intérêt général comme elle l'a fait ces dernières années.

Je pense aussi que les nouvelles technologies vont sans doute éliminer certains problèmes. Nombreux sont ceux qui s'opposent à la diffusion d'émissions sportives à Radio–Canada non pas parce qu'elles n'aiment pas les sports comme tels, mais parce qu'elles n'aiment pas qu'au printemps, pendant six ou sept semaines, les finales de hockey remplacent toutes les autres émissions. La solution sera un plus grand nombre de canaux et la capacité d'y offrir une programmation différente.

Je pense donc que la tendance qui a débuté avec Newsworld, c'est–à–dire l'abandon des émissions d'intérêt général au profit d'une diffusion ciblée, va se maintenir. Le *réseau de l'information* sera lancé au mois de janvier et Radio–Canada possède 20 p. 100 de *Showcase*. Cela se verra de plus en plus je pense.

D'une certaine façon, cela apportera, veut veut pas, une solution à certains des problèmes que vous avez énumérés. Il restera néanmoins des questions sur la façon dont ceux d'entre vous dans cette pièce qui êtes responsables des activités de la société ainsi que ceux qui doivent administrer Radio–Canada concoivent le rôle de la SRC. Je le répète encore une fois, au risque de vous casser les oreilles, la SRC doit commencer à ne pas se considérer comme un simple radiodiffuseur.

M. Sauvageau: Je ne veux pas qu'un jour il n'y ait pas de sports du tout à Radio–Canada. Je ne veux pas vivre dans une société où on devrait payer pour voir les parties de la coupe Stanley par exemple. Je pense que la diffusion de certains sports fait partie du mandat de la SRC mais ce d'une façon différente des radiodiffuseurs privés.

Tout cela est affaire de gestion. Vous devez décider ce qui est de l'intérêt public et dont le secteur public doit se charger. La direction de Radio–Canada doit décider ou apprendre à nouveau, comme par le passé, comment gérer en fonction d'une philosophie du secteur public et, d'un code de déontologie du secteur public. Même si je suis un passionné du base–ball, à mon avis, il ne revient pas à un radiodiffuseur public de diffuser 60 parties où joueraient les Expos de Montréal ou les Blue Jays de Toronto qui soient semblables aux 60 ou 50 parties des Expos de Montréal diffusées par le secteur privé.

• 1630

Mr. Gallaway: I have one other short question, and this is once again very general.

M. Gallaway: J'ai une courte question, encore une fois très générale.

[*Text*]

One of the points Mr. Ellis made was that you can never please most of the people most of the time. I come from a part of Ontario where I think, according to CBC numbers, 9% of the people watch CBC television. That's pretty low. It's the lowest area of the country.

Mr. Ellis: That would be 9% audience–share; it would be the reach of CBC television, which is the number of people who tune in every week. Then there is a debate about that, as to whether share—

Mr. Gallaway: All right, it's the lowest in Canada in any event.

Yesterday also we heard Mr. Spicer, and I just want some contrasting opinions from you. Yesterday I believe Mr. Spicer talked about whether the CBC is in fact an elitist–type broadcaster. As a body that is funding this, as the body responsible for providing money to the CBC, how do you gauge or quantify the relevance of this public broadcaster? I'm thinking in particular of the television; I'm not as concerned with the radio. When does it reach a point where we're broadcasting but so few people are watching that it loses its relevance? I'm thinking in terms of its mandate to defend Canadian culture.

Mr. Ellis: I think many of the CBC's defenders on the outside are more elitist than those who actually program the four main services from the inside. I think one of the problems the CBC suffers from is that too many of its most ardent supporters are—I was going to say grey–haired and over a certain age, and I had better be careful for all of our sakes—

The Chair: Mr. Ellis, you're approaching contempt of Parliament here.

Mr. Ellis: —present company included—and this has produced some very real problems inside the organization.

I was asked to do a day–long workshop with the vice–president of CBC English radio and some of his senior managers a number of weeks ago. We talked at great length about the problem of generation X and why CBC radio has failed so dismally to appeal to younger listeners. I believe Harold Redekopp is taking this as a very serious part of his mission at the moment, to try to recapture some of that audience.

I think, by the way, some of the programming they do overnight for those who like pop music—for lack of a better term—is absolutely unique and probably has a tiny audience.

Let me try to say something about the size of the audience and how that relates to my theory of transactional media and the comment I've made about the need for some sort of user–pay system, which I've noted on pages 34 and 35 in the English version of my paper.

I think inevitably, just as we have a user–pay system for Newsworld and for other services, as the CBC begins to multiplex and offer services over different broadcast and cable channels, and eventually over on–line computer networks, money will change hands between the end–user and the corporation. There are other models we could point to whereby there is a general tax supporting some activity, but there are user taxes or user fees, and I just think that's inevitable.

[*Translation*]

Monsieur Ellis a notamment fait valoir qu'on ne peut jamais plaire à la plupart des gens, la plupart du temps. Je viens d'une région de l'Ontario où d'après les chiffres de la SRC, sa côte d'écoute est de 9 p. 100. C'est très faible. C'est la plus faible au pays.

M. Ellis: Il s'agit d'une cote d'écoute de 9 p. 100; il s'agit du niveau de pénétration, c'est–à–dire le nombre de téléspectateurs par semaine. Il y a débat sur ce sujet, quant à savoir si. . .

M. Gallaway: Très bien, quoi qu'il en soit, c'est la cote la plus faible au Canada.

Hier nous avons entendu M. Spicer et j'aimerais connaître vos opinions. M. Spicer se demandait si la SRC n'est pas en fait un radiodiffuseur élitiste. Comment nous en tant qu'organe responsable du financement de la SRC pouvons–nous juger ou quantifier la pertinence de ce radiodiffuseur public? Je songe en particulier à la télévision; la radio ne me préoccupe pas. Quand en serons–nous rendus au point où il y aura si peu de téléspectateurs que Radio–Canada n'a plus sa raison d'être? J'envisage la chose du point de vue de son mandat de défendre la culture canadienne.

M. Ellis: Je pense que de nombreux défenseurs de Radio–Canada à l'extérieur sont plus élitistes que ceux qui dirigent la programmation des quatre principaux services. L'un des problèmes de Radio–Canada, c'est qu'un trop grand nombre de ces défenseurs les plus ardents sont, j'allais dire grisonnants et d'un certain âge, mais j'ai intérêt à faire très attention pour notre plus grand bien à tous,. . .

Le président: Monsieur Ellis, cela ressemble à un outrage au Parlement.

M. Ellis: —et je suis du nombre—ce qui a créé des problèmes très réels au sein de l'organisation.

On m'a demandé de tenir un atelier d'une journée avec le vice–président de CBC Radio et quelques uns de ses cadres supérieurs, il y a quelques semaines. Nous avons parlé en long et en large du problème de la génération X et des raisons pour lesquelles CBC Radio avait échoué lamentablement à attirer un public plus jeune. Je crois que Harold Redekopp estime qu'il s'agit là d'un élément très important de sa mission à l'heure actuelle, tenter de regagner ce public.

Je pense, en passant, que les émissions de nuit, pour ceux qui aiment la musique populaire—faute d'un meilleur terme—est tout à fait unique et attire probablement quelques auditeurs.

Disons maintenant quelques mots au sujet de la taille de l'auditoire et de sa relation avec ma théorie du modèle transactionnel dans les médias et ce que j'ai dit au sujet de l'opportunité de mettre en place un système selon lequel l'utilisation paye pour le service, ce dont je parle aux pages 39 et 409 dans la version française de mon mémoire.

Inévitablement, tout comme Newsworld et d'autres services sont payants, au fur et à mesure que la SRC se diversifiera et offrira des services différents des autres radiodiffuseurs et des câblodistributeurs, et même par réseaux informatiques, la société touchera de l'argent des utilisateurs. Il y a d'autres modèles possibles comme celui des activités financées à même les revenus généraux, des taxes payées par l'usager ou des services payants et à mon avis, c'est inévitable.

[*Texte*]

One of the benefits of a transactional system in which you order a pay–per–view movie rather than watch a movie on ad–supported television is that even though the number of people who may select a particular service or program or event may be very small, you get a very clear indication of the value they place on that service, because they're willing to take money out of their pockets, even if it's just 25¢ or, if it's opera live from the Met, $30 or $40 or $50. That gives those people who really value that service an opportunity to support it, and it gives those who provide the service an opportunity to measure not just how many eyeballs there are in front of the set, but some measure of how much people value the service in question.

[*Traduction*]

L'une des avantages du modèle transactionnel qui vous procure la télé au comptant au lieu de regarder ces films à la télévision avec annonces publicitaires, c'est que même si le nombre de clients pour un service ou une émission ou un événement particulier est mince, vous avez une idée claire de la valeur de ces services pour les clients puisqu'ils sont prêts à payer même si ce n'est que 25$ ou même dans le cas de l'opéra en direct du Métropolitain, 30$ ou 40$ ou 50$. Ainsi ceux pour qui ce service a beaucoup de valeur ont l'occasion de le financer et les fournisseurs ont l'occasion aussi de voir combien il y a d'auditeurs, et plus important encore, quelle valeur le public attache au service en question.

• 1635

M. Sauvageau: Je suis en désaccord avec ce système, parce que ce système fait que ceux qui n'ont pas les moyens financiers ne pourraient avoir accès à l'opéra ou à certains autres services s'il fallait payer 40$ ou 30$. La base du service public, son caractère général, ce sont les services essentiels. C'est ce qu'il faut décider. Qu'est–ce qu'il est essentiel que la télévision publique fournisse? Est–ce qu'il y a un minimum de base qui doit être offert gratuitement à tous les citoyens? C'est un peu comme les services de santé ou les services d'éducation.

Prof. Sauvageau: I disagree with such a system, because people with limited financial means could not have access to opera or some other services if they had to pay $40 or $30. The essential ingredients of a public service is to provide those services which are essential. This is what has to be decided upon. What essential components should public television provide? Is there a basic minimum which must be offered free of charge to all? It's the same as for health services or education services.

Je ne suis pas en train de dire qu'il faut réduire le financement de Radio–Canada. Je pense que dans la conjoncture actuelle, ce qui est le plus important, c'est de mettre fin à l'instabilité et à l'incertitude. Il faut que Radio–Canada sache de combien d'argent elle va disposer pour les cinq prochaines années. C'est ce qui est important. Même si c'est moins, je pense que c'est préférable à l'incertitude.

I am not trying to say that we have to cut back CBC's funding. Under the circumstances I think that what is most important is to put an end to instability and uncertainty. CBC must know how much money it will have over the next five years. That is what is important. At least, that is better than uncertainty.

Mr. Ellis: Mr. Chair, it's fascinating that Florian refers to a kind of essential base or core service, because throughout the communications industry stakeholders and consultants are struggling with the idea of what constitutes essential service. For years we knew that universal service in telephony meant at least having a party line and a basic black telephone in your house, regardless of where you lived, within certain constraints. Now that this technological revolution has hit us, there is a real debate raging about what will constitute a basic or essential or universal service on the information superhighway.

M. Ellis: Monsieur le président, il est fascinant que Florian parle de services de base ou de services essentiels, étant donné que partout dans le secteur des communications les intervenants et les experts–conseils s'efforcent justement de définir ce qui constitue des services essentiels. Pendant des années, l'universalité en matière de service téléphonique voulait dire qu'on avait au moins chez soi une ligne commune à plusieurs abonnés et un combiné noir de modèle courant, et ce n'importe où au pays dans les limites du raisonnable. Mais aujourd'hui avec la révolution technologique qui nous atteint de plein fouet, on se demande vraiment ce que va constituer le service de base, essentiel ou universel sur cette fameuse autoroute de l'information.

Again, I'm trying to put the CBC's travails into this wider context. On the one hand, broadcasting has been in the doldrums for a number of years and audience fragmentation is as big a problem for other players as it is for the CBC. CTV's numbers have been a little bit healthier in the last year or two, but they have a serious problem ahead of them in the multi–channel universe.

Et, encore ici, je m'efforce de situer les affres de Radio–Canada dans ce contexte plus vaste. D'une part, le secteur de la radiodiffusion est dans le marasme depuis un certain nombre d'années. La fragmentation de l'auditoire constitue un problème tout aussi considérable pour d'autres intervenants que pour Radio–Canada. Les résultats de CTV sont un peu meilleurs depuis un an ou deux, mais ce diffuseur aura à affronter de graves problèmes dans l'univers multi–canaux.

By the same token, telephone companies and other telecommunications carriers are wrestling with the problem of what happens when we move from the old world of analogue voice telephony to this wonderful new digital domain. What do we all have a right to expect as citizens of this country?

Parallèlement, les sociétés de téléphone et d'autres transporteurs de télécommunications s'efforcent de composer avec cette transition que constitue le passage de l'ancien monde de la transmission analogique au merveilleux monde nouveau du numérique. À quoi avons–nous le droit de nous attendre comme Canadiens?

[*Text*]

The Chair: Mr. Sauvageau raised an interesting question that has been taken as absolute doctrine, and it's repeated in his 86 recommendations—the notion of "free" television. When you were here previously you pointed out that over half of television isn't free. Less than half is advertising revenue, as compared with video rentals and cable fees.

Why should we continue with the notion of free television if free television means broadcasting over the airwaves? If we're headed for a world—and everybody seems to agree we are—where signals will be delivered by cable by the telephone system, by the telephone system and your computer, or by satellite—we will be having a demonstration of one of those satellite systems tonight at 7 p.m.—and the CBC is still putting up transmitters and repairing them and pumping out signals to a vast barren land, why shouldn't we rethink the concept of free television and say it's more like the telephone? There aren't free telephones, but we have mechanisms to ensure that as many people as possible have it. Why shouldn't we move public policy toward distribution systems that we know are coming, that at a basic level would provide the first tier of public service, and after that you can pay for the extras in the way you propose?

I'm interested in this as a social equity question.

Mr. Ellis: I think you've raised a good point, Mr. Chair. It's something that has been getting a lot of discussion and debate in the last 12 or 18 months.

• 1640

In many of the discussions I've been involved in on this subject, the conversation stopper revolves around the fate of federal politicians who, if they don't come from a built–up urban area, may have to face an angry constituent if all the transmitters and rebroadcasters are pulled down and they can no longer get an over–the–air Hertzian signal.

This may apply to some of your colleagues here in the room. If there's just one constituent who loses that over–the–air service—let's forget for the moment whether or not it's free—available through rabbit ears, then there is a political price that may have to be paid for that. It's been taken as an absolutely inviolable principle of the CBC's operation that it be available, in principle, to everybody who has a working television set and rabbit ears.

My view of that is that it is time to start to revisit some of these sacred cows and try to make up for what some of the sacrifices may be for people in particular regions of the country by trying to offer something else. Part of this involves the money to pay for the distribution system and for the kind of backfill that may be required.

[*Translation*]

Le président: M. Sauvageau a soulevé une question intéressante qui a été érigée en doctrine et qui transpire dans ces 86 recommandations—à savoir celle de la «gratuité» de la télévision. Lorsque vous avez comparu précédemment, vous avez signalé qu'elle l'est pour moins de la moitié. Au moins la moitié des revenus proviennent de la publicité, comparativement aux locations de vidéos et aux droits de câblodiffusion.

Pourquoi continuer à parler de gratuité si cette gratuité de la télévision signifie la transmission du signal par voie aérienne? Si nous nous dirigeons—comme tout le monde semble être d'accord pour l'affirmer—vers un monde où les signaux seront transmis par câble par le téléphonique et par ordinateurs, ou par satellite—et nous aurons d'ailleurs ce soir à 19 heures la démonstration d'un système de transmission par satellite—et dans la mesure où Radio–Canada continue d'ériger des émetteurs et d'assurer leur entretien et de diffuser ses signaux vers de vastes étendues désertes, pourquoi ne devrions–nous pas repenser la notion d'une télévision gratuite en faisant le rapprochement avec le téléphone? Aucune communication téléphonique n'est gratuite. Cependant, nous avons prévu des mécanismes qui permettent au plus grand nombre possible d'y avoir accès. Pourquoi ne pas orienter la politique du secteur public vers les systèmes de distribution qui, comme nous le savons déjà, sont ceux de l'avenir et qui vont fournir le premier palier essentiel de service public, quitte à faire payer les services supplémentaires selon la formule que vous proposez?

À cet égard, c'est la dimension de l'équité sociale qui m'intéresse.

M. Ellis: Votre commentaire me semble très valable, monsieur le président. Il s'agit d'une question qu'on débat à fond depuis 12 ou 18 mois.

Dans bon nombre des discussions auxquelles j'ai participé sur cette question, on a toujours fini par se demander ce qui arriverait aux députés fédéraux des régions non–urbanisées qui pourraient devoir affronter un électorat en colère si le démantèlement de l'ensemble des émetteurs et réémetteurs empêchait les gens de pouvoir capter le signal sur ondes hertziennes.

C'est peut–être le cas de certains de vos collègues ici dans la salle. Il suffit qu'un seul électeur soit privé de la transmission par ondes hertziennes—faisons abstraction pour le moment de la gratuité ou de la non–gratuité du service—qu'on peut capter avec des oreilles de lapin pour qu'il y ait un prix politique à payer. À Radio–Canada, on a érigé en principe d'exploitation quasi inviolable la disponibilité du signal pour toute personne dont le téléviseur est en état de fonctionner et muni d'oreilles de lapin.

Le temps est venu, selon moi, de nous interroger sur ces vaches sacrées et de chercher des façons de dédommager ceux qui auront à faire des sacrifices dans certaines régions du pays en leur offrant autre chose. Il faudra évidemment par ailleurs payer pour le réseau de distribution et les mesures complémentaires qui pourront être nécessaires.

[*Texte*]

There may be some private sector players with deep pockets who would be willing to help out here for the price of being allowed to operate a video dial tone service. There may be telcos or satellite providers or wireless providers who may see this as part of a benefits package that they would be willing to consider in order to help out.

I repeat the main thesis of my paper. To go around and systematically try to tax or levy all these folks in the way that's suggested in the first heritage study I think is completely untenable.

The Chair: The analogy I would use is that the British system puts a licence on all radio and television users, whether or not they come through cable or over the air. It's a very inefficient system because they have these little snooper devices that try to figure out, if the baby–sitter is watching the television, whether she paid for the licence. It's crazy.

If you viewed the cable satellite telephone distribution structure as being the equivalent of the British licence thing, where in effect it's done by the private sector but it's regulated by CRTC, it comes to be a kind of broadcast licence fee. Right? I'm just talking about the television thing. It's just another way of achieving the same result in a far more watertight manner, because you have greater control over the satellites—or you will have—and the cable.

Mr. Ellis: Indeed, I couldn't agree more. I think there is a huge difference between suggesting that, for example, B.C. Tel, for the price of entry into the video business, should be required to carry a basic CBC service over its lines free of charge. This is not a concept I've thought through, because nobody's paid me to do a study on it yet.

The Chair: B.C. Tel will call you in the morning.

Mr. Ellis: That would, of course, have the great advantage of making the Americans pay for it, since it's actually owned by GTE. But that's another story.

I think that providing delivery channels into the home is a far, far more workable concept than trying to take money from the pockets of the various stakeholders—and I've gone through all the permutations and combinations that are proposed in the NGL study—and then putting all this money into a pot and passing it over to the CBC. This concept is far more complicated and would accomplish far less than this other model we're alluding to.

M. Sauvageau: David disait que la question du service essentiel est une question que les consultants se posent. En Grande–Bretagne, la directrice adjointe de l'Office of Telecommunications m'a expliqué à la fin des septembre qu'ils allaient publier cet automne un document de travail en vue d'un débat public précisément sur ce sujet. Dans le contexte de la convergence, dans le contexte où les services et peut–être aussi la télévision seront transmis à la fin du siècle, peut–être en 1998 et certainement en 2002, par les compagnies de téléphone en Grande–Bretagne, ils se posent exactement cette question: qu'est–ce c'est que le service de base essentiel, et à quel coût faut–il envisager de transmettre ce service essentiel? Ils devaient déposer cet automne un document de travail pour lancer un débat public à ce sujet.

[*Traduction*]

Il se peut d'ailleurs que certains intervenants du secteur privé dont les coffres sont bien garnis puissent être convaincus de contribuer, en échange de la permission d'exploiter un service de vidéo sur demande. Certaines sociétés de téléphonie ou certains fournisseurs de transmission par satellite ou des transmission sans fil pourraient voir là un élément d'un ensemble d'avantages qu'ils seraient disposés à envisager pour faire leur part.

Je reviens sur la thèse principale de mon document. Il me semble tout à fait inacceptable d'imposer systématiquement des taxes ou des droits à tous ces gens, comme on le propose dans la première étude.

Le président: J'aimerais citer, aux fins de comparaison, le système britannique, selon lequel tous les usagers de la radio et de la télévision doivent avoir un permis, que la diffusion se fasse par câble ou par ondes hertziennes. Ces système est extrêmement inefficace. Il fait appel à des petits appareils de détection qui sont censés permettre de déterminer si la gardienne d'enfant qui regarde la télévision a payé son permis. C'est de la folie.

On peut faire un parallèle avec la structure de distribution par câble, par satellite ou par téléphone. La distribution est faite par le secteur privé mais elle est réglementée par le CRTC. C'est comme s'il y avait en quelque sorte un droit de permis de diffusion. D'accord? Je ne parle ici que de télévision. Il s'agit d'une autre façon d'arriver au même résultat qui est nettement inattaquable, puisque le contrôle qu'on peut exercer sur les satellites et sur le câble est—ou sera—beaucoup plus considérable.

M. Ellis: En effet, je suis tout à fait d'accord. Ce n'est pas du tout la même chose que de suggérer, par exemple, que B.C. Tell, pour pouvoir avoir accès au secteur de la vidéo, devrait distribuer gratuitement sur son réseau un service de base de Radio–Canada. Je n'ai pas réfléchi à fond à cette idée, puisque personne jusqu'à maintenant ne m'a payé pour en faire l'étude.

Le président: B.C. Tell va vous appeler demain matin.

M. Ellis: L'avantage dans ce cas, évidemment, serait de faire payer les Américains, puisque cette société appartient déjà à GTE. Mais ça, c'est une autre histoire.

Je crois qu'il est beaucoup plus pratique de fournir un réseau de distribution à domicile que de tenter de faire cotiser les divers intervenants—et j'ai envisagé toutes les combinaisons et permutations dont il est question dans l'étude de GNL—pour ensuite confier à Radio–Canada les sommes qui auront été réunies. C'est une idée beaucoup plus compliquée et beaucoup moins prometteuse que l'autre possibilité dont nous avons parlée.

Prof. Sauvageau: David was saying that the issue of essential services was one which consultants are looking at. In Great Britain, the Assistant Director of the Office of Telecommunications explained to me at the end of September that they were about to publish in the fall a working document for public discussion of that very topic. So, against a backdrop of convergence, where services and possibly television also, will be broadcast towards the end of the century, possibly in 1998 and most certainly in 2002 by telephone companies in Great Britain, they are asking themselves that very same question: What are basic, essential services, and what should be the cost of providing these essential services? They were supposed to table a working paper this fall to launch a public debate.

[*Text*] [*Translation*]

• 1645

The Chair: My final observation would be—and I've been on this point too long—first of all, that it might put a dent into $160 million in distribution costs that the network currently enjoys, if that's the right verb, –and at the same time it would confer a benefit on the distributors—it would mean that the CBC would be out of the distribution business, in effect—and confer a benefit on cable companies or telephone companies, which one might reasonably expect a contribution back from to resolve problems of equity.

M. Sauvageau: D'ailleurs, si l'on en croit les futurologues, dans quelques années, on ne va plus avoir de canaux de télévision. On aura des émissions de télévision. Il faudra avoir un tout nouveau concept.

Le président: C'est une façon de penser.

Mr. Ellis: In addition to what Florian has just added, I believe that within a very few years we will find ourselves in a world of technological pluralism, one in which we do not have a single delivery provider. This whole convergence hearing that's coming up with the CRTC is the next major step along that route.

Because transmission and capacity costs are dropping so sharply, and because computer processing power keeps going up so sharply and compression algorithms get better and better, I think that by the end of the decade—and perhaps if we're still studying the CBC at the end of the decade, we can see if my prediction is correct—we will have wireless, satellite, telephone, and cable providers—and perhaps others that we haven't even looked at seriously yet—all of whom will have a role to play in delivering various kinds of digital signals to our homes.

What this means is that we will have a great deal more flexibility, a great deal more capacity to get things like essential services or a core CBC service into practically everybody's home, because one way or another they're either going to be able to get a satellite signal or a signal from the phone company by video dial tone, or whatever.

Mr. de Jong (Regina—Qu'Appelle): Let me continue by following up on the line of questioning the chairman has started. It seems to me that we're in between two different universes. We're still in the world of the traditional broadcaster, and the whole question of professional sports comes in as well because traditional broadcasting talks in terms of or necessitates mass audiences.

As I see it, part of the reason why the CBC also needs professional sports is to give itself legitimacy because it is able to attract, on occasion, mass audiences to remind people where it is on the dial. It is a public relations effort for the CBC. The CBC can come in front of us and say yes, we attract mass audiences. It gives it a legitimacy. If it didn't have legitimacy, if it didn't have some events that attract mass audiences, there would be folks—and I've said this in the past on this committee—who would claim it is just elitist and question why public money should going to it, and so forth.

Mr. Ellis: Absolutely.

Le président: En dernier lieu—et j'ai déjà passé trop de temps là–dessus—d'abord, cela pourrait entamer les coûts de distribution de 160 millions de dollars dont profite, si l'on peut dire, maintenant le réseau, tout en donnant un certain avantage aux distributeurs, ce qui écarterait effectivement la SRC du secteur de la distribution, et cela donnerait en même temps un avantage aux câblodistributeurs et aux compagnies de téléphone, qui, logiquement, devraient plutôt faire leur part pour résoudre les problèmes de financement.

Prof. Sauvageau: In fact, according to the futurologists, there will no longer be any television channels in a few years. There will be only television programs. We will need a totally new concept.

The Chair: There will be a new approach.

M. Ellis: À part ce que vient de dire Florian, d'ici quelques années, nous ferons partie à mon avis d'un monde de pluralisme technologique où il n'y aura pas simplement un fournisseur unique de services. Les audiences sur la convergence que tiendra bientôt le CRTC représentent une nouvelle étape importante vers cet univers.

Selon moi, étant donné que les coûts de transmission et de capacité diminuent à vue d'oeil pendant que la capacité de traitement électronique et les algorithmes de compression s'améliorent constamment, d'ici la fin de la décennie, et il y aura des fournisseurs de services sans fil, par satellite, par téléphone et par câble, et peut–être d'autres auxquels nous n'avons pas encore songé sérieusement, qui auront tous un rôle à jouer pour transmettre divers genres de signaux digitaux à nos foyers. Si nous étudions encore les opérations de la SRC à ce moment–là, nous pourrons voir si j'avais raison.

Cela veut dire qu'il faudra des mécanismes beaucoup plus souples et une capacité beaucoup plus grande pour fournir des services essentiels ou les services de base de la SRC à presque tous les Canadiens parce qu'ils pourront tous capter les mêmes signaux par satellite, par téléphone avec vidéo, ou autrement.

M. de Jong (Regina—Qu'Appelle): Je voudrais poursuivre ce que disait le président. Il me semble que nous sommes quelque part entre deux univers. Nous sommes encore dans l'univers des radiodiffuseurs traditionnels, ce qui nous ramène à la question des sports professionnels puisque les radiodiffuseurs traditionnels ont besoin de vastes auditoires.

Il me semble que, si la SRC a aussi besoin des sports professionnels, c'est pour légitimer ses opérations vu que cela lui permettra d'attirer de temps à autre un vaste public et de rappeler son existence aux Canadiens. C'est une tactique de relations publiques pour la SRC. Elle pourra ensuite dire qu'elle peut attirer un très grand nombre de téléspectateurs. Cela lui donnera une certaine légitimité. Sans cette légitimité, sans certaines émissions qui ont une cote d'écoute très élevée, certains, et je l'ai déjà dit à ce même comité, diraient tout de suite que la SRC est élitiste et demanderaient pourquoi elle doit être financée à même le trésor public, et ainsi de suite.

M. Ellis: Tout à fait.

[*Texte*]

Mr. de Jong: But that's all in the universe of traditional broadcasting. You're saying as well that we're about ready to enter into a new universe, where mass audiences—I'm going to be there per se—will not just find TV channels on the dial but TV programs.

Part of what I think is important for this committee is this: what is the timeframe here? It makes no sense for us to make recommendations on an immediate concern of the government, in terms of next year's budget, about things that ain't going to come into effect until maybe three to five or ten years from now. I think it's very important for us to have the sense of what is the timeframe here in terms of different possibilities or of different modes of getting Canadian broadcasting, or of getting Canadian programs out to other Canadians.

M. Sauvageau: Personne ne peut répondre à votre question. En 1983, dans le document dont je parlais tout à l'heure, ou peut–être dans l'autre parce qu'il y avait deux documents, on nous annonçait cela presque pour la semaine suivante. Il y avait un sentiment d'urgence en 1983. On disait que les satellites de diffusion directe étaint au coin de la rue. On est en 1994 et on ne les a toujours pas. Ils vont venir bientôt, mais cela fait quand même 11 ans qu'on a dit cela. Il y a deux ans, on nous parlait des *death stars*, des étoiles de la mort. Maintenant on aura des satellites canadiens. Peut–être que la menace des *death stars* n'existera jamais.

[*Traduction*]

M. de Jong: Mais tout cela fait partie de l'univers de la radiodiffusion traditionnelle. Vous dites qu'il y aura bientôt un nouvel univers où le grand public, dont je ferai nécessairement partie, trouvera non plus des postes de télévision, mais simplement des émissions de télévision.

Une question importante que le comité devrait se poser est celle–ci, à mon avis: combien de temps faudra–t–il pour y arriver? Il serait insensé pour nous de formuler des recommandations d'une importance immédiate pour le gouvernement vu qu'elles touchent le budget de l'année prochaine au sujet de situations qui risquent de ne pas se présenter avant trois, cinq ou dix ans. Selon moi, il importe que nous ayons une idée du temps qu'il faudra pour offrir ces diverses possibilités ou ces divers genres de transmission aux Canadiens ou de fournir toutes ces émissions au reste du pays.

Prof. Sauvageau: No one can answer your question. In 1983, the paper I referred to earlier, or perhaps the other one since there were two of them, announced those developments as though they would occur the following week. There was a feeling of urgency in 1983. Direct broadcast satellites were supposed to be right around the corner. We still do not have them in 1994. They will soon be here, but we have been hearing about them for 11 years. Two years ago, we were hearing about death stars. Now, there will be Canadian satellites. The threat of "death stars" will perhaps never become a reality.

• 1650

Il me semble qu'il est très important pour votre Comité de voir qu'on vit dans un monde où le discours des vendeurs de la technologie est omniprésent. Le marketing des vendeurs de la technologie est exceptionnel et la naïveté de la presse vis–à–vis des vendeurs de technologie est aussi étonnante. Il faut, à mon avis, prendre garde à cet environnement. Personne n'a de réponses à vos questions. Là–dessus, j'aime bien citer—je radote peut–être avec cette citation que je répète depuis des années—une chose qu'on avait dans le rapport de 1986. C'est la citation d'un scientifique américain qui dit ceci:

> Nous avons toujours tendance à surestimer les effets d'une technique nouvelle à court terme et à en sous–estimer les effets à long terme.

I believe that it is very important for your Committee to realize that we are living in a world where the sales pitch of technologists is omnipresent. Technology sellers do an outstanding job at marketing and the press is astonishingly naive about it. We have to be cautious about such an environment in my opinion. No one can answer your questions. On that point, I'd like to quote something which I have been repeating for years, something which was included in the 1986 report. An American scientist said:

> We always tend to overestimate the short–term effects of a new technology and to underestimate its long–term effects.

Mr. Ellis: First of all, I take issue with my esteemed colleague here who says that none of us can answer that question. I didn't fly up from Toronto to have no answers to your questions.

M. Ellis: Tout d'abord, je ne suis pas d'accord avec mon estimé collègue qu'aucun d'entre nous ne peut répondre à cette question. Je ne suis pas venu de Toronto pour ne pas pouvoir répondre à vos questions.

Prof. Sauvageau: And at the expense of the committee.

M. Sauvageau: Au frais du comité par dessus le marché.

Mr. Ellis: Indeed. Mr. Chairman, I think there are couple of useful perspectives, and of course the timing is an extremely difficult issue. That's the one thing nobody knows. Many of us can agree that something will happen eventually, but few of us know what "eventually" means, and I have often quoted Vannevar Bush on that very point.

M. Ellis: Justement. Monsieur le président, il me semble que l'on peut dire là–dessus, certaines choses utiles même si la question temps est difficile à cerner. C'est la seule chose que personne ne peut prédire. Il y en a beaucoup qui savent que quelque chose va arriver à un moment donné, mais très peu savent quel sera ce moment donné, et j'ai souvent cité ce que Vannevar Bush disait là–dessus.

Mr. de Jong: That's a Bob Dylan song too.

M. de Jong: Il y a aussi une chanson de Bob Dylan sur le même sujet.

Mr. Ellis: He wasn't a presidential adviser. Different credentials, I suppose.

M. Ellis: Il n'était pas conseiller du président. C'est dans un autre domaine qu'il a fait sa réputation.

[*Text*]

The problem here, apart from the usual one of trying to predict events when things are moving so quickly and there are so many surprises... The examples are legion about how quickly or how slowly new technologies were accepted. We just have to look around to see that we already have certain technologies in place, such as enough compression to allow The Movie Network to offer, on some cable systems and in some markets at least, a four–channel multiplex service.

There are problems here other than just technology—there are programming decisions, political issues and financing issues—but the technology is there to allow the CBC to overcome at least some of its scheduling problems. To a large degree I think sports is a scheduling issue rather than a substantive issue. That kind of thing is there today.

On the other hand, I think one of the things that cause an enormous amount of confusion about the timing of things—and I think Florian's comment the naiveté of the press is germane here—is that there is a tendency to look at the information highway as this monolithic beast that will suddenly come into being so many years hence for so many billions of dollars, whereas in fact there is already an incremental process going on that has all sorts of new ways of reaching end–users and audiences.

CNN and MTV have already begun to put programming information onto commercial on–line services such as America Online and CompuServe. This is not television, because the telephone lines they operate over have so little band width that you can't move motion video through them. But that day will come. What I'm saying is that they're taking small steps with existing technologies, and there are a lot of opportunities for the CBC and for other players to start to work with those technologies.

Your colleague was mentioning that the CBC should perhaps not get into the business of developing CD–ROM titles, but that is yet another area worth exploring, given that the installed base is going to double over the next few months.

• 1655

Mr. de Jong: May I make one short supplemental statement, as it's germane to this discussion?

Let's go back to pages 34 and 35. You're suggesting other forms of revenue. You say that another form of revenue would be paying for the service. When people switched on to a CBC channel, then a meter would start to click. How far off is that technology? For this committee to recommend that, will we be recommending something that might take five years to introduce?

Mr. Ellis: Mr. Chairman, I had a conversation only yesterday with Paul Hoffert. This is good timing. He's the executive director of something called Intercom Ontario, which is a ground–breaking test bed for interactive services being

[*Translation*]

Le problème, à part la difficulté habituelle d'essayer de prédire des événements quand la situation évolue si rapidement et réserve tellement de surprises... Nous avons toutes sortes d'exemples de la rapidité ou de la lenteur avec laquelle on accepte les nouvelles technologies. Il suffit d'un coup d'oeil pour voir que nous avons déjà certaines technologies, par exemple suffisamment de compressions pour permettre au réseau du cinéma d'offrir par l'entremise de certains câblodistributeurs ou sur certains marchés un service multiplex à quatre canaux.

Des facteurs autres que la simple technologie sont en jeu. Il y a les décisions de programmation, les questions de politique et les moyens de financement. Par ailleurs, grâce à la technologie, la SRC peut surmonter au moins une partie de ses problèmes de programmation. Selon moi, la question des sports est dans une bonne mesure un problème de programmation plutôt qu'un problème de fonds. C'est une chose qui existe maintenant.

D'autre part, l'une des choses qui fait que l'on ne sait vraiment pas quand tout cela va se produire, et je pense que Florian a dit quelque chose de très pertinent quand il a parlé de la naïveté de la presse, c'est que l'on a tendance à considérer l'autoroute de l'information comme un monstre monolithique qui verra le jour tout à coup dans un certain nombre d'années au coût de quelques milliards de dollars, alors que le processus est déjà entamé et prend de plus en plus d'ampleur et qu'il existe toutes sortes de nouveaux moyens de communiquer avec les utilisateurs et les auditoires.

CNN et MTV ont déjà commencé à offrir de l'information sur leurs émissions par l'entremise de services en ligne commerciaux comme America Online and Compuserve. Ce n'est pas de la télévision parce que les bandes des lignes téléphoniques que ces services utilisent sont tellement étroites qu'on ne peut pas y transmettre de vidéo de mouvement, mais cela se fera un jour ou l'autre. Cela montre que l'on fait déjà de petites choses grâce aux technologies actuelles et qu'il existe toutes sortes de possibilités pour la SRC et d'autres compagnies qui veulent commencer à s'en servir.

Votre collègue a dit que la SRC ne devrait peut–être pas se lancer dans la production de CD–ROM, mais c'est pourtant un autre secteur qu'il vaut la peine d'examiner, vu que la capacité va doubler d'ici quelques mois.

M. de Jong: Puis–je faire une courte observation complémentaire qui a trait à l'objet de notre discussion?

Revenons aux pages 39 et 40. Vous proposez d'autres mécanismes de financement. Vous dites que les services seraient financés grâce à un nouveau mécanisme qui serait mis en place. Un compteur se mettrait en marche dès que le téléspectateur mettrait son poste de télévision à un canal de la SRC. Combien de temps faudra–t–il attendre pour que cette technologie soit utilisable? Si notre comité devait faire une recommandation en ce sens, nous trouverions–nous à recommander un mécanisme qui ne pourrait être utilisé que dans cinq ans?

M. Ellis: Monsieur le président, j'ai justement eu un entretien avec Paul Hoffert pas plus tard qu'hier. Je suis donc fin prêt à répondre à la question. M. Hoffert est directeur général d'un organisme appelé Intercomm Ontario, qui fait

[*Texte*]

developed out of York University. It has a budget of well over $100 million. It involves participants from both the private and the public sector. There will be some government money, we hope, although this is not exactly the month to be going around Ottawa asking for money from government departments, as I've discovered today.

One of the most important projects that Intercom Ontario is working on at the moment involves a number of programmers developing an intellectual property software engine that can act as a meter. Paul has caught the attention of some very important copyright lawyers, officials and private sector people in the United States. I've had conversations myself with some people at Intel on the west coast, who are working on the same idea.

This is a software engine that would tag intellectual property. It would then provide several different billing models, all of it of course operating at very high speed in a digital meter that could bill you by the bit, by the the unit of time, by a flat rate, or by several other models. It would then authorize payment.

Paul and his colleagues already have an agreement in principle with a large Canadian financial institution to take care of the authorization and the billing end of all the back room work. This is something that's being worked on very actively both on the copyright side as intellectual property per se, as well as on the side that deals with where the money goes and how one is charged. It's crucial for many of the things that we're discussing. Some very serious effort resources are going into that.

The Chair: Here's where we are, folks. I do see Mr. McKinnon and Ms Brown, and Mr. Ringma had another question. We face a vote at about 5:30 p.m., and if people are agreeable to at least playing out those questions, and if you don't mind staying on a little bit longer—would that be all right with everyone? Fine. So it's Mr. McKinnon, Mr. Ringma, Ms Brown, Madam Tremblay, and we're done. How's that?

Mr. de Jong: On a point of order, Mr. Chairman, after we finish the questions and before we adjourn, I wonder if the committee would consent to discuss briefly my role as an associate member in drafting the report and the type of participation I could be involved in for drafting the report. I wonder if I could have an indication as to what the voice of the committee is.

The Chair: We could have an initial discussion of that. One thing I'm obscure on is your technical rights versus your rights as our friend and so on. We'll have to do some thinking about that.

We could perhaps open up the discussion, but I don't know if we can come to any definitive conclusion. I'll have to do a little research just to make sure I'm within the limits of the law. However, if time provides, we will open that discussion.

[*Traduction*]

d'importantes percées technologiques dans la mise à l'essai de services interactifs mis au point à l'université York. L'organisme a un budget qui dépasse largement 100 millions de dollars. Il compte des participants du secteur tant privé que public. Nous espérons qu'il aura droit à une certaine aide financière de l'état, même, comme j'ai pu m'en rendre compte aujourd'hui, le mois est mal choisi pour venir demander de l'argent aux ministères fédéraux à Ottawa.

Intercomm Ontario travaille notamment à un projet important qui réunit plusieurs programmeurs et qui vise à mettre au point un logiciel pouvant servir de compteur afin de protéger la propriété intellectuelle. Paul a suscité l'intérêt d'avocats très réputés qui se spécialisent dans le droit d'auteur ainsi que de représentants du secteur public et privé aux États-Unis. J'ai moi-même eu des conversations avec des représentants d'Intel, sur la côte ouest, qui travaillent à un projet semblable.

Il s'agit d'un logiciel qui permettrait de mesurer l'utilisation de documents protégés par la propriété intellectuelle. Le logiciel opérerait alors un choix parmi plusieurs modèles de facturation différents, de sorte que le compteur numérique—le tout se faisant bien sûr à une vitesse vertigineuse—pourrait établir la facture en fonction du nombre de bits ou du temps d'utilisation, ou encore selon un tarif fixe ou selon plusieurs autres modèles. Enfin, il autoriserait le paiement de la facture.

Paul et ses collègues ont déjà une entente de principe avec une importante institution financière canadienne qui accepterait de s'occuper de tous les détails de l'autorisation et de la facturation. C'est un dossier dont on s'occupe activement au chapitre tant du droit d'auteur, c'est-à-dire de la propriété intellectuelle en tant que telle, que de la facturation et de l'acheminement des fonds. C'est à bien des égards un dossier d'importance capitale pour notre discussion. On y consacre des efforts et des ressources considérables.

Le président: Voici où nous en sommes, mesdames et messieurs. J'ai sur ma liste M. McKinnon et M^me^ Brown, et il y a aussi M. Ringma qui avait une autre question à poser. Nous serons appelés à aller voter vers 17h30 et, si les membres du comité n'y voient pas d'inconvénients, nous pourrions du moins permettre à ces personnes de poser leurs questions, à condition que les témoins veuillent bien rester un peu plus longtemps—sommes-nous d'accord là-dessus? Très bien. Alors, nous entendrons M. McKinnon, M. Ringma, M^me^ Brown, M^me^ Tremblay, et ce sera tout. Qu'en pensez-vous?

M. de Jong: J'invoque le Règlement, monsieur le président. Je me demande si le comité accepterait que l'on discute brièvement du rôle que je pourrais jouer en tant que membre associé dans la rédaction du rapport. Nous pourrions en discuter après la période de questions et avant que la séance ne soit levée. Pourrais-je savoir si le comité serait prêt à accueillir cette requête?

Le président: Nous pourrions en discuter de façon préliminaire. Je ne sais pas très bien quels sont vos droits au regard de la procédure et les droits que nous pouvons vous accorder en tant que collègue. Nous devrons réfléchir à cela.

Nous pourrions peut-être entamer la discussion, mais je ne sais pas si nous pourrons en arriver à une conclusion définitive. Je devrai me renseigner afin de m'assurer que nous ne dérogeons pas à la procédure. Si nous en avons le temps, nous aborderons donc le sujet.

[*Text*]

Mr. McKinnon (Brandon—Souris): Thank you very much, gentlemen. Futuristic discussions are always fascinating exercises. I see you gentlemen as a very outstanding pair of minds to help us with our "curiouser and curiouser" role. The longer I've sat here, the more confused and curiouser it has become.

I have probably two questions. One is in terms of a philosophical deliberation. Do you see this as a problematic area for the CBC, or are you sensing that this is an opportunity for it to change course or direction? Secondly, do you sense that the present organizational structure would allow for very much change of the corporation?

• 1700

Mr. Ellis: Mr. Chairman, let me just try out this answer before I pass the floor to Florian.

I think I have to temper my answer by the acknowledgement that I'm often accused of being a futurist and it's pretty easy to say things about the future when we're not really quite sure what's going to happen, of course, nor am I responsible for the day–to–day management of the CBC. Having said that, I believe there are many opportunities the corporation can explore that are being offered by the new technologies, to use that generic catch–all.

I think several things stand in the way of these challenges becoming real opportunities for them. One of them is being cast in the role of broadcaster above all else. Another is that when money is such an issue and funding is so unstable, it's very difficult for a department head to go to the boss and say, "We have this great idea for X; can I have some seed money?" when people are losing their jobs doing what they're supposed to be doing.

Having said that, while this is not something that should be getting perhaps immediate attention, I think I would urge this committee in its report to make it very clear that the CBC cannot and should not be a broadcaster forever, to at least open the door to the idea that they can fulfil most or many of the objectives of section 3 of the Broadcasting Act by doing things that aren't conventional broadcasting.

M. Sauvageau: Je pense que cela rejoint le commentaire que M. Ringma a fait tout à l'heure. Un lieu où on réfléchit aux nouvelles technologies et à leur application, c'est le secteur du génie de Radio–Canada à Montréal. Il est perçu comme un lieu important de réflexion sur l'utilisation des nouvelles technologies. Peut–être faut–il réorienter le secteur du génie. C'est peut–être là un argument pour ne pas privatiser le secteur du génie.

Je voudrais vous suggérer une lecture si vous le voulez. Evidemment, je suis moins fasciné par l'avenir technologique que David. Je peux vous envoyer un article dont j'ai fait un résumé. Jacques Ellul a écrit il y a très longtemps un livre qui a eu un immense succès aux Etats–Unis, *La technique: ou, L'enjeu du siècle*, et qui est plus connu aux États–Unis qu'en France. Il a écrit, quelques années avant de mourir, une somme qui s'appelle *Le bluff technologique*, où il s'attaque, non pas à

[*Translation*]

M. McKinnon (Brandon—Souris): Merci beaucoup, messieurs. Les discussions futuristes sont toujours fascinantes. Vous avez tous deux une intelligences extraordinaires de ces questions et vous pouvez donc nous aider à faire la lumière sur tout cela. Plus j'entends de témoignages, plus j'ai du mal à y voir clair.

J'ai deux questions à vous poser. La première est d'ordre philosophique. La situation actuelle vous paraît–elle être problématique pour la SRC, ou croyez–vous que ce sera pour la SRC l'occasion d'effectuer un virage ou un changement de cap? Seconde question: à votre avis, la structure organisationnelle de la SRC est telle qu'il serait possible d'y effectuer des changements en profondeur?

M. Ellis: Permettez–moi, monsieur le président, de tenter de répondre à cette question avant de céder la parole à Florian.

Je doit tout d'abord vous faire une mise en garde: on m'accuse souvent d'être futuriste et, à ce titre, je peux assez facilement dire des choses au sujet de l'avenir sans savoir très bien ce qui va se produire; en outre, je ne suis non plus responsable de la gestion quotidienne de la SRC. Cela dit, je crois que les nouvelles technologies, si vous me permettez ce terme générique, offrent de nombreuses possibilités que la SRC aurait intérêt à explorer.

Plusieurs obstacles empêchent toutefois la SRC de profiter vraiment de ces possibilités. Ainsi, elle a à surmonter le fait qu'elle est perçue d'abord et avant tout comme un radiodiffuseur. Elle doit aussi se colleter avec des difficultés d'ordre financier; quand son financement est à ce point instable qu'elle doit mettre à pied des gens qui ne font que faire leur travail, le chef de service qui a une idée géniale peut difficilement se présenter au bureau de son patron pour demander des fonds de démarrage pour telle ou telle entreprise novatrice.

Cela dit, bien que ce ne soit sans doute pas quelque chose qui exige l'attention immédiate du comité, je vous exhorterais à indiquer bien clairement dans votre rapport que la SRC ne peut pas et ne devrait pas être cantonnée à tout jamais dans le rôle de radiodiffuseur, qu'il faudrait au moins entrevoir la possibilité qu'elle puisse réaliser bien des objectifs ou la plupart des objectifs énoncés à l'article 3 de la Loi sur la radiodiffusion par des moyens autres que la radiodiffusion au sens traditionnel du terme.

Prof. Sauvageau: I believe that harks back to the comment Mr. Ringma made earlier. One of the examples of the type of thinking that is being done on new technologies and their uses can be found in the Engineering Department of the CBC in Montreal. The Montreal Engineering Department is seen as playing a major role in exploring the use of new technologies. It might be that the engineering department should be cast in a new role. That might be an argument against privatization.

I would like to recommend some reading material to you if I may. Obviously, I am not as fascinated as David is by our technological future. I would refer you to an article which I have summarized. A long time ago, Jacques Ellul wrote a book which enjoyed tremendous success in the United States, *La technique: ou, L'enjeu du siècle*, which is more popular in the United States than it is in France. A few years before his death, he wrote a comprehensive work called *Le bluff technologique*,

[*Texte*]

la technologie, mais au discours sur la technologie. C'est très intéressant. Je vous en suggère la lecture.

Le président: C'est celui qui a écrit *Le concept de la technique.*

M. Sauvageau: Exactement.

Mr. de Jong: *The Technological Society* was one of the main readings for one of my university courses. I've read his book on propaganda too.

The Chair: I see a follow-up question from Mr. McKinnon, and then we come to Mr. Ringma.

Mr. McKinnon: In light of what I heard with your answer to Simon's question about the fact that we appear to be entering into a new universe, I don't think there's any question that your answer isn't correct. We are. The time, however, is difficult to ascertain. Do we, in your opinion, need to adjust the mandate to fit the budget? That is to say, we only have *x* number of dollars to direct to the public broadcaster. Therefore, do we reduce our expectations while we are "marking time" to enter the new universe?

• 1705

Mr. Ellis: My response to that would be that first of all there are some sacred cows that keep cropping up in discussion. I guess one of the most notorious would be regional broadcasting and regional production. I know Mr. Manera has made a very strong case for not only why we're going to hang on to it but how it's going to expand. I'm not nearly as sanguine as Mr. Manera about what's going to happen to conventional television in the region, and I exclude radio and other new technologies.

I think if we continue to look at the CBC in what is in effect a somewhat inflexible way—and I guess this is a response to your question about how the CBC is required by its mandate to reflect one region to another and so on—that certainly presents difficulties. I don't want to harp too much on that particular example, but to me that's one area wherein if even the announced cuts go through—I'm not an accountant and I haven't done all the math—I just don't see how Mr. Manera can possibly expand the CBC's presence in the regions.

Perhaps just to add a word to that and to go back to the question that Mr. de Jong was raising about when are things going to happen and how long will all this take, the great advantage of this age-old suggestion that we have all made so many times about long-term multi-year stable funding... As Mr. Manera said, we don't want more money, we just want it locked in so we know what's going to happen for the next few years. That, it seems to me, is in a sense an answer to both your questions. That means we know that next year we can afford this much CD-ROM development or this much, whereas at the present moment it's anybody's guess.

M. Ringma: M. Sauvageau a posé quelques questions. Quels services essentiels la Société Radio-Canada doit-elle garder et à quel coût? Que faut-il garder dans cette société de fin de siècle?

[*Traduction*]

which was more of a criticism of the technological discourse than of technology itself. It is quite interesting, and I would recommend it to you.

The Chair: He's the one who wrote *Le concept de la technique.*

Prof. Sauvageau: Exactly.

M. de Jong: *La société technologique* était un des principaux ouvrages qui figuraient sur la liste des lectures recommandées pour un de mes cours universitaires. J'ai également lu son ouvrage sur la propagande.

Le président: Je permets à M. McKinnon de poser une question complémentaire, puis je céderai la parole à M. Ringma.

M. McKinnon: Vous avez dit, en réponse à la question de Simon, que nous semblons nous engager dans un nouvel univers, et vous avez parfaitement raison, selon moi. Notre univers est effectivement en train de se transformer. Il est toutefois difficile de savoir quand se fera cette transformation. Selon vous, faudrait-il rajuster le mandat en fonction du budget? Autrement dit, nous avons seulement *x* dollars à donner au radiodiffuseur public. Par conséquent, faut-il ne pas nous montrer trop exigeants pendant cette période où nous marquons en quelque sorte le pas avant d'entrer dans le nouvel univers?

M. Ellis: À cela je répondrais qu'on ne peut discuter de ces questions sans aussitôt se heurter à des choses considérées sacro-saintes. J'imagine que l'un des plus notoire serait la radiodiffusion et la production régionales. Je sais que M. Manera a ardemment plaidé pour non seulement conserver ces activités, et aussi pour les élargir. Je ne partage pas son enthousiasme sur le sort de la télévision, telle que nous la connaissons dans les régions, et j'exclus la radio et les autres technologies nouvelles.

Si nous continuons à vouloir obstinément que Radio-Canada reste ce qu'elle était—je réponds là à votre question sur l'adaptation du mandat de Radio-Canada pour présenter la réalité d'une région aux autres—nous allons nous trouver en difficultés. Je ne veux pas ressasser cet exemple, mais si les compressions budgetaires annoncées se concrétisent, et sans être moi-même comptable ni avoir fait tous les calculs, je ne vois pas comment M. Manera pourrait accroître la présence de Radio-Canada dans les régions.

Encore un mot là-dessus, pour revenir à la question posée par M. de Jong, sur le délai dans lequel les choses vont-elles se produire et la durée que cela prendra: il y a un grand avantage à la proposition que nous avons si souvent faite, à savoir un financement stable, à long terme et étalé sur plusieurs années—Comme le disait M. Manera, nous ne demandons pas plus d'argent, nous voulons simplement être certains de ce que nous toucherons afin que l'on n'ait pas de surprises au cours des prochaines années. Je crois avoir ainsi répondu aux deux questions que vous avez posées. Nous saurons ainsi que l'an prochain nous pouvons nous lancer dans la production de CD-ROMs à tel ou tel degré, alors qu'à l'heure actuelle toutes les hypothèses sont permises.

Mr. Ringma: Mr. Sauvageau asked several questions. What are the essential services that CBC must keep and at what cost? What should we hang on to for the last years of this century?

[*Text*]

There are other questions around of the same order, saying what must it do at what cost. Now, what I see from the discussion here and elsewhere is that the answers to these questions are coming from or being sought by the CBC management, by the CRTC, by the Minister of Canadian Heritage, maybe even by the cabinet, by this committee, and by consultants and experts like yourselves. What I don't see is where the public input is into this, and with a subsidy of $1 billion a year, I would think the public should be consulted. Their input, it seems to me, is turning the switch on or off on radio, and that gives you an answer—roughly 15% of them are interested. I don't think that's good enough.

I happen to have a lot of faith in the common sense of the common man across Canada and I think there are people out there who say they want CBC radio as a unity link in this country or they want it for cultural purposes, they want it for this or that. Radio or TV, I think the people out there have something to say about it.

How are we addressing this? I'm a newcomer to your committee, Mr. Chairman, so maybe you've gone all through this before.

The Chair: I suppose part of the answer is sitting in the room here. We're it.

M. Sauvageau: J'aimerais dire trois choses en réponse à votre question.

Premièrement, quand on a fait ce rapport en 1985–1986, on a fait le tour du Canada et on a tenu des audiences publiques. J'ai été étonné de voir à quel point les gens de tous les milieux se déplaçaient le soir pour venir dire leur attachement à Radio–Canada. À ce moment–là, ce n'étaient pas seulement les groupes de pression, mais aussi des gens de tous les milieux.

[*Translation*]

D'autres questions du même ordre se posent sur ce qu'il faut faire et à quel prix. D'après ce que j'entends ici et ailleurs les réponses à ces questions émanent de la direction de Radio–Canada, du CRTC, du ministre du Patrimoine canadien, peut–être même du conseil des ministres, de ce comité et de consultants et spécialistes comme vous–mêmes. En tout cela cependant je ne vois pas où intervient le public, mais il me semble pourtant qu'avec une subvention d'un milliard de dollars par an celui–ci devrait être consulté. L'intervention du public se limite à allumer ou à éteindre la radio, et cela vous donne une réponse: environ 15 p. 100 d'entre eux s'intéressent à Radio–Canada. Je trouve cela inacceptable.

J'ai foi dans le bon sens du Canadien ordinaire. Il y a des gens qui pensent que Radio–Canada devrait servir de lien pour unifier les différentes régions du pays, ou devrait répondre à des besoins culturels, ou que sais–je. Qu'il s'agisse de radio ou de la télévision, les Canadiens ont certainement leur mot à dire.

Comment faire alors pour résoudre le problème? Je suis nouveau venu à ce comité, monsieur le président, il se peut que vous ayiez déjà entendu tout cela.

Le président: C'est dans cette pièce, j'imagine, que vous trouverez en partie la réponse. C'est de nous qu'elle doit venir.

Prof. Sauvageau: I would like to say three things in answer to your question.

First of all, when this report was made in 1985–86, we travelled through the country and held public hearings. I was surprised to see to what extent people of all levels of society would come in the evening to say how fond they were of CBC. Those were not only lobby groups, but people from all walks of life.

• 1710

Ensuite, vous parlez d'un pourcentage de 15 p. 100. Le réseau français est beaucoup plus écouté que le réseau anglais. C'est plus de 20 p. 100 au réseau français, dans le cas de certaines émissions qui atteignent des sommets d'écoute qui, compte tenu de l'importance de la population, n'existent nulle part ailleurs dans le monde. On a l'impression que tous les francophones ou presque, y inclus les bébés, sont à l'écoute de certaines grandes émissions.

You also mentioned 15%, but the French network has a much higher rating than the English one, about 20% for certain programs which have a higher rating than anywhere in the world, taking in account the number of inhabitants. For some programs it looks as if nearly all the French–speaking population, included babies, are watching those programs.

Je ne pense pas, non plus, qu'il faille regarder seulement les cotes d'écoute. Il y a une autre chose qui est importante relativement à la télévision publique, pas seulement ici, mais dans beaucoup de pays. Quand il y a de grands événements, des élections ou des enjeux politiques importants, les gens qui regardent habituellement la télévision privée viennent à la télévision publique. Il est évident que, les soirs d'élection, les gens regardent la télévision publique.

Nor do I think that the only consideration should be the ratings. Not only in our country, but in others as well, there is something else about public television. When there are important events like elections or when something is really at stake, people who usually watch private television turn to public television. On election evening it is public television that people switch on.

Je pense que c'est une grave erreur que d'analyser l'attachement des Canadiens à la télévision publique et l'importance qu'ils y accordent uniquement au moyen des cotes d'écoute. Il y a des gens qui peuvent la regarder de temps à autre, mais si on leur demandait s'il est important d'avoir une télévision publique, ils pourraient répondre oui même s'ils ne la regardent pas fréquemment.

It would be a serious error to consider that only the ratings count in order to assess how much Canadians are interested in public television. Some people watch it occasionally, but if they are asked if it's important to have public television they might answer that it is indeed, even if they do not watch it frequently.

[*Texte*]

Mr. Ellis: I would add in support of the sentiment expressed by Mr. Ringma that we should rely on regular folks perhaps a lot more than we do. Unfortunately, public hearings such as this tend not to draw out regular folks but interest groups and so on. That's one reason why I believe this whole kerfuffle over sports in a sense is ludicrous.

Some very arbitrary and self–serving things are said by interest groups and by others about categories of programming. We regard Canadian drama, for example, as the pinnacle of artistic achievement and as the greatest contributor to our cultural sovereignty. I don't see why the same argument couldn't be made about news and current affairs, for example. By the same token, there are many people who want sports on television. I think the hue and cry against having sports on CBC is a fairly elitist view that doesn't reflect what a lot of viewers would like to have available to them.

The Chair: Just to bring you a news update, Madam Tremblay has informed me that as far as she knows there is no vote at 5:30 p.m. It would be the vote that was on this department, but apparently it's not on. We've heard no gonging of bells.

Mr. Ellis informs me that he has a 6 p.m. plane. Madam Tremblay says she has forgone her question. I have Bonnie Brown's question, but it just requires a certain "concision".

Mme Tremblay: Il n'y a pas de vote.

M. Gallaway: Du tout?

Mme Tremblay: Je viens juste de téléphoner.

M. Sauvageau: Le gouvernement sera renversé.

Le président: Sans nous d'ailleurs.

Ms Brown, and then we'll have a quick question from Madam Gagnon and we'll watch the clock.

Ms Brown (Oakville—Milton): Thank you, Mr. Chairman.

I want to direct my remarks to Mr. Ellis. I want to thank him for the five main messages he gave us at the beginning. I think it gives us a nice context in which to address many of the other more concrete questions, which I see, as he does, as mainly items of fascination for micro–managers—that is, should we have more sports, less advertising, and on and on it goes.

As we are in the business of governance and facing a budget pretty soon, my question is, given the state of the evolution of the communication players towards this information highway, and given that the CBC's role therein is still not clearly defined, as is no one else's, is it prudent for us, who are not experts in this whole field but are trying to develop—with your help—some expertise, to produce a report that suggests major changes to the CBC's mandate its funding at this time, when we have a situation where the players are sort of all competing, and we don't know what's the shape of things to come...? If in fact your first point is true, that the CBC is worth preserving, might we take the risk of crippling something we value at the very

[*Traduction*]

M. Ellis: Je suis tout à fait d'accord avec ce que dit M. Ringma, et j'ajouterai que nous devrions peut–être tenir davantage compte de ce que pensent les gens ordinaires, malheureusement ce ne sont pas eux qui se présentent, en général, à une audience publique comme celle–ci, ce sont plutôt les groupes d'intérêt et autres. C'est l'une des raisons pour laquelle je pense que tout ce branle–bas de combat à propos des sports est ridicule à certains égards.

C'est ainsi qu'on entend, de la part des groupes d'intérêt et autres, certaines affirmations tout à fait arbitraires et intéressées sur les catégories des missions. Le théâtre canadien, par exemple, est considéré comme plus grand apport à notre souveraineté culturelle et le fleuron des arts. Je vois mal pourquoi on ne pourrait en dire autant des émissions d'actualité et des bulletins de nouvelles, par exemple, et de même bien des gens veulent suivre des émissions sportives à la télévision. Il y a eu toute une levée de boucliers contre les émissions sportives à Radio–Canada, ce qui me paraît un point de vue élitiste qui ne tient nullement compte de ce qu'un grand nombre de spectateurs voudraient avoir sur la chaîne publique.

Le président: Je voudrais simplement vous signaler que M^me^ Tremblay m'a informé qu'à sa connaissance il n'y aura pas de vote à 17h30. C'était censé être le vote pour notre ministère, mais il a dû être annulé, car nous n'avons pas entendu la sonnerie.

M. Ellis m'informe que son avion part à 18 heures. M^me^ Tremblay dit qu'elle a renoncé à poser sa question. J'ai la question de Bonnie Brown, mais elle ne devrait pas prendre trop de temps.

Mrs. Tremblay: There is no vote.

Mr. Gallaway: None at all?

Mrs. Tremblay: I have just called them.

Prof. Sauvageau: They have toppled the government.

The Chair: Without us.

Madame Brown, puis une toute petite question de M^me^ Gagnon, en gardant l'oeil sur l'horloge.

Mme Brown (Oakville—Milton): Je vous remercie, monsieur le président.

Je voudrais remercier M. Ellis des cinq messages qu'il nous a transmis au début de son exposé. Il a ainsi brossé un tableau qui nous permet de nous pencher sur beaucoup d'autres questions plus concrètes qui me paraissent, de même qu'à lui, obnubiler les gestionnaires à la petite semaine, des questions telles que: est–ce qu'on devrait avoir plus de sports, moins de publicité, etc., etc..

Ce dont nous sommes chargés, nous, c'est de gouverner, et ce avec un budget qui s'en vient; ce que je voudrais donc demander, compte tenu de la situation des intervenants des communications à l'égard de cette autoroute de l'information, compte tenu également de l'imprécision du rôle de Radio–Canada, ainsi que de celui des autres intervenants, d'ailleurs, dans ce contexte, est–il prudent pour nous, qui ne sommes pas spécialistes dans ce domaine mais qui essayons, avec votre aide, de mieux nous y retrouver, de produire un rapport qui propose de modifier profondément le mandat de la télévision, et ce à une époque où sévit, dans ce secteur, une concurrence féroce et alors nous ne savons pas ce que nous réserve l'avenir...? Si

[*Text*]

time when it needs all the creative freedom and energy in order to land on its feet as this system evolves?

[*Translation*]

votre premier argument est solide, à savoir si Radio–Canada mérite d'être préservée, pouvons–nous prendre le risque de mutiler une possession précieuse à l'heure même où celle–ci aurait besoin de tout son élan créateur pour trouver son équilibre dans un système en mutation?

• 1715

Mr. Ellis: You've raised a very good point, and I don't think I have an easy answer. It will take a certain amount of courage, as I think you're implying, to make bold statements about a future that is still so full of uncertainties. If some of these other issues we've been discussing aren't addressed in your report, and if we don't start to look at some of the new opportunities, even in notional terms or even in contextual terms by saying that the CBC's travails as a broadcaster are reflected by the travails of the whole broadcasting industry so we have to consider things in that context, my fear is that what might happen is this famous 12% or 15%, or however you want to measure the audience share of the CBC television network, is going to just keep slipping. Then the CBC is going to be viewed as doing its job less and less well in the most high–profile area of its operations, while other opportunities may just go by the board.

Now, it's obviously not this committee's job to spell out exactly what all of those opportunities are and how the CBC might exploit them, but it seems to me that it is entirely legitimate for this committee to note that the CBC can quite legitimately, as a national cultural institution, do other things besides what it has been doing in the past; to note, secondly, that broadcasting as we know it is on the decline; and furthermore, to note that the mandate itself needs to be revisited. Here I can't help in any systematic or detailed way, but the mandate has to be revisited on some basis at the same time as the whole funding issue.

Ms Brown: Those are all easy things to say in a report, and I wouldn't be adverse to putting all of them on the first page. I'm saying to you that our main power, besides producing a report with a lot of words, has to do with money. If it's dangerous for us to make major changes in the funding at this point in the evolution of the CBC—

Mr. Ellis: I think I'm very clear on this. Again, to sound like a broken record, the most dangerous thing that could happen now is for this government, or any other government, to continue the trend it began over 10 years ago, which is not just cutting from one year to the next, but springing surprises on the corporation from one year to the next.

Mme Gagnon (Québec): Je m'excuse d'être en retard. Ce n'est pas par manque d'intérêt. Je devais intervenir sur le projet de loi C–53, qui porte sur le Patrimoine, une loi sur laquelle le Bloc québécois n'est pas tout à fait d'accord. On ne peut donner notre consentement à cette loi parce qu'elle va empiéter sur la compétence du Québec en matière de culture.

M. Ellis: Vous apportez là un excellent argument et je ne pense pas pouvoir vous donner une réponse simple. Il faut une certaine témérité, comme vous semblez le dire, pour s'avancer hardiment quand l'avenir est plein d'incertitudes. Si certaines des autres questions dont nous avons discutées ne sont pas traitées dans votre rapport, et si nous ne commençons pas à examiner certaines des nouvelles possibilités, même dans l'abstrait ou dans un certain contexte, en disant que les affres par lesquelles passe Radio–Canada ne font que refléter celles de tout le secteur de la radio et télédiffusion, de sorte que nous devons tenir compte de ce facteur, je crains que nous n'assistions à une diminution constante de ces fameux 12 p. 100 ou 15 p. 100, quelle que soit la façon dont vous mesurez la participation du public au réseau de télévision de Radio–Canada. On dira alors de Radio–Canada que ses prestations se détériorent, et ce dans le champ d'opération le plus exposé, et Radio–Canada risquera alors de voir toutes ses autres chances aller à vau–l'eau.

De toute évidence, ce n'est pas la mission de ce Comité que d'énoncer exactement en quoi consistent ces autres chances et comment Radio–Canada pourrait les exploiter, mais il me semble tout à fait légitime pour ce Comité de reconnaître que Radio–Canada, en tant qu'institution culturelle nationale, peut légitimement s'élancer dans d'autres entreprises qu'elle ne l'a fait dans le passé et de noter également que la radiodiffusion, telle que nous la connaissons, est en déclin, et que c'est le mandat même de la société qu'il conviendrait de réexaminer. Sur ce point, je ne puis vous aider de façon systématique ou détaillée, mais la question du financement ne peut être détachée d'un ré–examen du mandat.

Mme Brown: Tout cela peut aisément se dire dans un rapport, et je ne verrais pas d'inconvénient à le mettre en première page. Notre principal pouvoir, à part la production d'un rapport touffu, porte sur les fonds. S'il est dangereux pour nous de demander que l'on apporte des changements majeurs au financement de Radio–Canada, à ce stade de son évolution. . .

M. Ellis: Je crois que je me suis clairement exprimé sur ce point. Au risque de me répéter, la chose la plus dangereuse qui pourrait arriver, c'est que ce gouvernement—ou tout autre—, comme il le fait depuis 10 ans, non seulement diminue le budget de Radio–Canada d'une année à l'autre, mais lui réserve sans cesse des surprises.

Mrs. Gagnon (Québec): I'm sorry to be late, it's certainly not for lack of interest. I had to intervene on Bill C–53, a Heritage bill on which the Bloc is not always in agreement. We can't give our consent to this Bill because it will infringe on Quebec's jurisdiction in cultural matters.

[*Texte*]

J'ai une question pour vous, monsieur Sauvageau. Je sais que votre groupe de travail sur la radiodiffusion, en 1986, recommandait de reconnaître le caractère distinct de la radiodiffusion québécoise, ainsi que l'autonomie des services français dans l'organisation de Radio–Canada. Êtes–vous toujours de cet avis, compte tenu de l'évolution politique au Québec?

M. Sauvageau: Bien sûr. La Loi de 1991 n'est pas allée jusque–là, mais dit que les services anglais et français sont distincts. On n'a pas dit que les services français l'étaient, mais que les uns et les autres l'étaient. Il est évident que les problèmes sont différents pour l'un et l'autre réseaux et que les solutions doivent être différentes. Au fil des ans, un des grands problèmes du système français de diffusion est que certaines décisions ont été prises pour faire face à des problèmes importants que vivait le système de langue anglaise. On a adopté en français les mêmes solutions alors que le problème n'existait pas. On est arrivé souvent avec des solutions qui, en français, se cherchaient un problème parce qu'il n'y avait pas de problème.

[*Traduction*]

I have a question for you, Mr. Sauvageau. I know that in 1986 your task force on broadcasting recommended recognizing the distinct character of broadcasting in Quebec, as well as the autonomy of the French services within the CBC. Are you still of the same opinion, taking into account the political evolution of Quebec?

Prof. Sauvageau: Certainly. The 1991 Act hasn't gone so far, but declares the French and English services to be distinct. Not only are the French services distinct, but both of them are. Obviously the problems are not the same for the one and the other network, and therefore the solutions must be different. Over time, one of the main problems the French broadcasting service experienced was that some decisions were taken to handle important problems the English system was facing. The same solutions were applied on the French side where there was no problem. So you often ended up, on the French side, with solutions which were looking for a problem, because there was no problem to start with.

• 1720

Evidemment, je n'ai pas changé d'avis là–dessus.

The Chair: On that note, we say goodbye to David Ellis, who's heading off to his plane. We thank Mr. Sauvageau very much.

I'm reminded, perhaps just by way of epitaph, of a line of Jacques Ellul, who described the 20th century as being characterized by "ceaselessly improved means to carelessly examined ends", which may be the motto of this hearing.

[*Committee continues in camera*]

Obviously, I haven't changed my mind on that.

Le président: Sur ce, nous disons au revoir à David Ellis, qui doit prendre son avion. Merci beaucoup, monsieur Sauvageau.

En guise d'épitaphe, en quelque sorte, je citerai l'expression de Jacques Ellul qui vient de me revenir à l'esprit. Il décrit le vingtième siècle en disant que ce qui le caractérise ce sont «des moyens sans cesse améliorés pour parvenir à des fins définies à la diable», ce qui pourrait faire une bonne devise pour cette audience.

[*La réunion du Comité se poursuit à huis clos*]

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid Port payé
Lettermail Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

Individual presentations:

David Ellis, President, Omnia Communications;

Florian Sauvageau, Professor, Laval University.

TÉMOINS

À titre personnel:

David Ellis, Président de Omnia Communications;

Florian Sauvageau, Professeur, Université Laval.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

CA1
XC68
-C13

Government Publications

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 44

Wednesday, November 16, 1994

Chair: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 44

Le mercredi 16 novembre 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of the Canadian Broadcasting Corporation

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la Société Radio–Canada

---

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)



First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chair: John Godfrey

Vice-Chairs: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Associate Members

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice-présidents: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakvillle—Milton)
Jan Brown (Calgary–Sud–Est)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Membres associés

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

WEDNESDAY, NOVEMBER 16, 1994
(51)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 7:09 o'clock p.m., this day, in Room 208, West Block, the Chair, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Bonnie Brown, John Cannis, Roger Gallaway, John Godfrey, Albina Guarnieri, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Glen McKinnon.

Acting Member present: Pierre de Savoye for Suzanne Tremblay.

Associate Member present: Simon de Jong.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: From Power Direct TV Corporation of Canada: Peter Kruyt, President, Power Broadcasting Inc.; Joel Bell, Chairman of the Board.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee resumed its study of the Canadian Broadcasting Corporation (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Thursday, September 22, 1994, Issue No. 26*).

Peter Kruyt and Joel Bell each made an opening statement, and answered questions.

At 9:07 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE MERCREDI 16 NOVEMBRE 1994
(51)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 19 h 09, dans la salle 208 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Bonnie Brown, John Cannis, Roger Gallaway, John Godfrey, Albina Guarnieri, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Glen McKinnon.

Membre suppléant présent: Pierre de Savoye remplace Suzanne Tremblay.

Membre associé présent: Simon de Jong.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: De Power Direct TV Corporation of Canada: Peter Kruyt, président, Power Broadcasting Inc.; Joel Bell, président du conseil.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité poursuit son étude de la Société Radio–Canada (*voir les Procès–verbaux et témoignages du jeudi 22 septembre 1994, fascicule nº 26*).

Peter Kruyt et Joel Bell font chacun un exposé et répondent aux questions.

À 21 h 07, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Wednesday, November 16, 1994

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le mercredi 16 novembre 1994

• 1905

The Chair: I understand some people have a variety of commitments that may keep them from being with us for a while, but I want to proceed.

I'm delighted to welcome from Power DirecTv, Joel Bell, the chairman of the board, and Peter Kruyt, the president of Power Broadcasting.

Tonight is a bit of a show and tell. I'm told that's not the actual dish that is going to be performing, but I don't want to cut into your time. We are trying to understand a couple of things, which is why we've invited you here.

We would like to gain a better understanding of how these technologies are moving ahead and know a bit more about the satellite technologies and the satellite market. We would also like to understand whether there might be some financial implications for the future of the CBC or for the financial benefit of the whole Canadian broadcasting system.

That's the reason we've asked you to come. I'll ask Mr. Bell to make his presentation.

Le président: Certains des membres du comité sont retenus ailleurs et arriveront un peu plus tard. La séance va cependant commencer sans eux.

Je suis heureux de souhaiter la bienvenue aux représentants de Power DirecTv, M. Joel Bell, président du conseil d'administration, et M. Peter Kruyt, président de Diffusion Power Inc.

Ce soir, nous aurons droit à une démonstration. On me dit que ce n'est quand même pas l'antenne parabolique qui sera la vedette. Je n'en dirai pas plus car je ne veux pas écourter le temps qui vous est alloué. Nous essayons de comprendre certaines choses, et voilà pourquoi nous vous avons invités à comparaître.

Nous voudrions en savoir davantage sur l'évolution des technologies du domaine des communications et notamment sur les technologies et le marché des satellites. Nous aimerions savoir si elles comportent des conséquences financières pour l'avenir de Radio–Canada et si elles peuvent être financièrement bénéfiques à l'ensemble du système canadien de radiodiffusion.

Voilà donc pourquoi nous vous avons demandé de comparaître devant le comité. J'invite maintenant monsieur Bell à faire son exposé.

• 1910

Mr. Joel Bell (Chairman of the Board, Power DirecTv Corporation of Canada): I think Mr. Kruyt will start and I'll follow.

Mr. Peter Kruyt (President, Power Broadcasting Inc.): Thank you very much, Mr. Chairman. I hope we'll be able to answer those questions in our presentation. If not, you can follow up with questions to us afterwards.

We have a few things we'd like to communicate this evening. First, we'd like to demonstrate to you that the multi–channel universe is a reality. It is already spilling into Canada from the United States. Second, we'd like to talk to you about our experience with the CBC in capitalizing on this new reality, particularly in the United States.

Third, we'd like to talk to you about the threat to Canada of the direct–to–home satellites as they affect broadcasting policy and cultural sovereignty, to quote the information highway.

Finally, we'd like to describe a proposal to you that we believe is a solution to this threat as it recaptures Canadian control, requires Canadian content, and strengthens Canada's cultural industry by opening export markets in the United States.

M. Joel Bell (président du conseil d'administration, Power DirecTv Corporation of Canada): C'est M. Kruyt qui va commencer, et je prendrai ensuite la parole.

M. Peter Kruyt (président, Diffusion Power Inc.): Je vous remercie beaucoup, monsieur le président. J'espère pouvoir répondre à vos questions dans le cours de mon exposé. Si ce n'est pas le cas, j'essaierai d'y répondre après.

Nous voudrions vous laisser quelques messages ce soir. Premièrement, nous aimerions vous montrer que l'univers multichaîne est maintenant une réalité. La technologie, déjà en usage aux États–Unis, fait son entrée au Canada. Deuxièmement, nous vous ferons part de notre expérience dans le contexte des rapports que nous entretenons avec la Société Radio–Canada pour tirer parti de cette nouvelle réalité, surtout aux États–Unis.

Troisièmement, nous aimerions vous parler de la menace que constitue pour le Canada le système de radiodiffusion directe du satellite au foyer et de l'incidence des satellites sur la politique de radiodiffusion et sur la souveraineté culturelle, sujets qui revêtent une grande importance avec l'avènement de l'autoroute de l'information.

Enfin, nous voulons vous faire une proposition qui, à notre avis, contre cette menace en permettant au Canada d'exercer un contrôle sur ce système, en adoptant le principe du contenu canadien et en renforçant l'industrie culturelle canadienne en lui ouvrant le marché aux États–Unis.

[*Texte*]

We'll be speaking to you in three capacities this evening. We are proponents of a direct–to–home, or DTH, service under the name Power DirecTv. We are partners with the CBC in providing two television services through a joint venture called Northbridge Programming Inc. As you may know from previous hearings, Northbridge operates two new services now available on DirecTv. They are known as Trio, a family entertainment channel, and Newsworld International, a 24–hour international news network.

We also represent Power Broadcasting Inc. Mr. Bell is chairman of Power DirecTv and a director of Northbridge. I'm the president of Power DirecTv and Power Broadcasting and I'm on the board of Northbridge as well.

Power Broadcasting is a wholly owned subsidiary of Power Corporation of Canada. We operate 17 radio stations and 3 television stations in Ontario and Quebec, in English and in French, including CBC affiliates in Kingston and Peterborough. We are celebrating 40 years of affiliation this year.

PBI is an equal partner with the CBC in Northbridge Programming, which has developed Trio and Newsworld for the U.S. cable and DTH markets, as mentioned earlier, and it's already available on DirecTv. Power Broadcasting is a controlling investor in the Canadian DTH service we call Power DirecTv, a new venture in association with Hughes Aircraft of Canada Ltd., whose U.S. parent is a General Motors Corporation subsidiary and operates DirecTv out of Los Angeles.

Controlled by PBI, Power DirecTv complies with the CRTC rules for Canadian ownership and control of broadcast and distribution companies.

The CBC conceived the project of marketing the best of Canadian television to American audiences, which is a refreshing reversal of the usual flow. The CBC envisaged marketing television services overseas. The idea was to position the CBC to take advantage of the global, multi–channel universe and produce new revenues for both the CBC and other Canadian program producers.

There is excellent synergy between us as we combine our respective strengths in the joint management of this enterprise. Power has extensive financial and international business expertise, as well as private broadcasting experience in both Canada and Europe. I suspect many of you are less familiar with our European operations, but we have a controlling interest with our partner Albert Frère in CLT, the largest electronic broadcaster in Europe, about the size of ABC or NBC in the United States.

[*Traduction*]

Nous nous présentons devant vous aujourd'hui à trois titres différents. Nous représentons, premièrement, les intérêts de Power DirecTv, un service–système canadien de radiodiffusion directe (SRD). Nous sommes, deuxièmement, les partenaires de la SRC dans une coentreprise appelée Northbridge Progamming Inc. qui offre deux réseaux de télévision à diffusion internationale. Vous l'avez probablement appris lors d'audiences précédentes, Northbridge exploite deux nouveaux services qui sont maintenant disponibles par l'intermédiaire de DirecTv. Il s'agit de Trio, une nouvelle chaîne de divertissement familial, et de Newsworld International, un nouveau réseau international d'information continue.

Nous représentons, enfin, Diffusion Power Inc. M. Bell est président du conseil d'administration de Power DirecTv et siège également au conseil de Northbridge. Je suis président–directeur général de Power DirecTv. Je suis également président–directeur général de Diffusion Power Inc. et membre du conseil d'administration de Northbridge.

Diffusion Power est une filiale à 100 p. 100 de Power Corporation du Canada. Cette société exploite 17 stations de radio et trois stations de télévision en Ontario et au Québec qui diffusent à la fois en français et en anglais, dont les affiliées de la SRC à Kingston et Peterborough. Cette année, nous célébrons le 40e anniversaire de cette affiliation.

DPI est partenaire égal avec la SRC dans Northbridge Programming Inc., qui a créé Trio et Newsworld International à l'intention de l'industrie de la télédistribution américaine et des marchés SRD. Nous l'avons noté plus tôt, ces services sont déjà disponibles par l'intermédiaire de DirecTv. Diffusion Power est l'actionnaire qui contrôle le service SRD canadien que nous appelons Power DirecTv, une nouvelle initiative commerciale lancée en association avec Hughes Aircraft of Canada Ltd., une entreprise dont la société mère est une filiale de General Motors Corporation et qui exploite DirecTv à Los Angeles.

Contrôlée par DPI, Power DirecTv satisfait aux règlements du CRTC prescrivant que des intérêts canadiens doivent détenir les droits de propriété et de contrôle des sociétés de diffusion et de distribution.

La SRC a conçu le projet de diffuser sur le marché américain les meilleures productions de la télévision canadienne. Il s'agissait d'une initiative originale en ce sens qu'elle va à contre–courant de la tendance habituelle. La SRC avait également pour projet de commercialiser des services télévisuels dans d'autres pays étrangers. L'idée était de positionner la SRC afin qu'elle soit en mesure de tirer parti de l'univers multichaîne international, et de générer de nouveaux revenus, autant pour elle–même que pour d'autres producteurs de programmes canadiens.

En conjuguant nos compétences respectives pour gérer conjointement l'entreprise, nous avons créé une excellente synergie. Power possède une vaste expérience des affaires financières et internationales, et connaît également très bien la radiodiffusion privée au Canada et en Europe. Bon nombre d'entre vous connaissez sans doute mal nos activités en Europe. Avec notre partenaire Albert Frère, nous contrôlons CLT, le plus important radiodiffuseur électronique en Europe. Il se compare à ABC ou NBC aux États–Unis.

[*Text*]

Trio and Newsworld are the first television networks ever to be exported into the United States and they're Canadian. They will be available by all forms of distribution: satellite, telco, MMDS. They will be available to anybody who is willing to pay for them.

Trio has a higher Canadian content than any English television channel in Canada. It provides the best of Canadian television from both public service and the private sector producers. The CBC produces about 30% of Trio's schedule and the rest is supplied mainly by the private sector in Canada. That includes almost all the major English private broadcasters, as well as film and television program producers. They're listed in the attachment of the submission we made earlier.

[*Translation*]

Trio et Newsworld International sont les premières nouvelles chaînes de télévision jamais exportées aux États–Unis, et elles sont canadiennes. Elles seront offertes par toutes les formes de diffusion: satellite, télécommunications, SMDM. Elles seront offertes à tous ceux qui désireront s'y abonner.

Le contenu canadien de la programmation de Trio est plus élevé que celui d'aucune des chaînes de télévision anglophone du Canada. Cette programmation comprend les meilleures émissions de télévision canadiennes produites par le secteur public et les réalisateurs du secteur privé. La SRC fournit environ 30 p. 100 de la programmation de Trio. Le reste est fourni principalement par le secteur privé canadien, c'est–à–dire par la quasi–totalité des grands radiodiffuseurs privés anglophones et par des réalisateurs de films et d'émissions de télévision, dont vous trouverez la liste en annexe de notre mémoire.

• 1915

In addition, some of Trio's privately produced programs would not have been produced without CBC funding for its Canadian usage. Thus, while the private sector supplies 70% of Trio's programming, Trio's establishment and continued prospects as an export opportunity for Canadian producers depends on the critical mass of Canadian programming in which the CBC plays an essential role.

The partnership between CBC and PBI is an equal partnership in every sense as we pool our capital and expertise to compete in the world market.

I will now indulge in a short video presentation of our launch tape. It lasts about four minutes.

The Chair: On Mr. Ianno's machine, let it be noted.

[*Video Presentation*]

Mr. Kruyt: You have the schedules in front of you. These are the schedules that we use for the customer service reps in Salt Lake City when people are trying to decide what to buy. These are our sell sheets to sort us out from the other offerings.

Mr. Chairman, we are also here on behalf of Power DirecTv and we'll be demonstrating the DirectTv service, which has now begun operations. DirecTv is now beaming 150 video channels and 30 audio channels down from 2 high–powered U.S. satellites to new 18–inch dishes in the United States. For this system, 150 have already been sold, which has been in full operation for two months. At the current rate of sales, the subscriber base is due to rise to 400,000 by the end of December, and that is as fast as the equipment can be manufactured.

En outre, certaines des émissions programmées par Trio et réalisées par le secteur privé n'auraient pas pu voir le jour sans l'apport financier de la SRC à leur diffusion au Canada. Ainsi, bien que le secteur privé fournisse 70 p. 100 de la programmation de Trio, c'est grâce à la masse critique de programmation canadienne fournie principalement par la SRC que Trio a pu être lancé et assurera à l'avenir à tous les producteurs canadiens des perspectives sur le marché de l'exportation.

La SRC et DPI sont des partenaires à part égale dans tous les sens du mot puisque nous mettons en commun nos capitaux ainsi que nos compétences pour nous tailler une place sur les marchés internationaux.

J'aimerais maintenant vous présenter une courte vidéo portant sur le lancement de notre service. La vidéo dure environ quatre minutes.

Le président: Qu'on en prenne note, c'est l'appareil de M. Ianno.

[*Présentation vidéo*]

M. Kruyt: Vous avez devant vous la liste des services que nous offrons. C'est la liste que soumet le représentant des ventes à Salt Lake City aux gens qui essayent de décider ce qu'ils veulent acheter. Il s'agit de la liste des services qui nous distinguent de nos concurrents.

Monsieur le président, nous sommes également ici pour représenter Power DirecTv et nous ferons une démonstration du service de DirecTv qui est maintenant en exploitation. Le service de DirecTv transmet aujourd'hui aux États–Unis 150 chaînes vidéo et 30 chaînes audio à partir de 2 satellites américaines de forte puissance vers des antennes paraboliques de 18 pouces. Cent cinquante mille antennes ont été vendues depuis l'entrée en service du système il y a deux mois. Étant donné le rythme actuel des ventes, la base d'abonnés devrait compter 400 000 foyers d'ici la fin du mois de décembre. La croissance serait probablement encore plus rapide si les capacités de fabrication du matériel n'étaient pas déjà saturées.

[*Texte*]

[*Traduction*]

• 1920

The number of dishes installed is, for some period of time, limited by the rate at which they're being manufactured. According to conservative industry estimates, at least 10 million will be sold by the year 2000, and hundreds of thousands of Canadian households will be among them. As you'll see from our demonstration, it's real, it's here, it's user-friendly, it's $950 and anyone can buy one.

L'installation des antennes restera pour quelque temps encore fonction du rythme de leur production. Selon les prévisions les plus modestes de l'industrie, au moins 10 millions d'antennes seront vendues d'ici l'an 2000, à une clientèle qui comprendra des centaines de milliers de foyers canadiens. La démonstration de DirecTv à laquelle vous venez d'assister vous a permis de constater que ce service n'en est plus à l'état de projet, mais qu'il existe bel et bien, et qu'il est convivial. Pour 950$, il est à vous.

Our work also indicates it is much more attractive to consumers than anything offered now by Canadian cable or DTH systems. About 35% of consumers today are handy enough to do the installation job themselves, and the 150 channels carry essentially two types of services.

Nos études indiquent également qu'il a davantage la faveur des consommateurs que tout ce qui est offert actuellement par la télédistribution ou les systèmes SRD canadiens. Environ 35 p. 100 des consommateurs sont aujourd'hui assez habiles pour installer eux-mêmes cette antenne. Cent cinquante chaînes sont disponibles par le biais de deux types de service.

One is by subscription. You can buy a package of up to 45 channels for rates lower than most U.S. cable fees for similar services and lower than those in Canada for a comparably sized package. This brings you dozens of networks and specialty channels, or you can choose from packages to suit your interests.

Il y a, d'une part, un service par abonnement qui permet de recevoir un lot d'environ 45 chaînes à un tarif inférieur à celui de la télédistribution américaine s'appliquant à des services similaires, et à un prix moins élevé que celui qui est pratiqué au Canada pour un lot de chaînes semblable. On a ainsi accès à des douzaines de réseaux et de chaînes spécialisés. On peut également opter pour un lot de chaînes correspondant à ses goûts personnels.

The second kind of service is pay-per-view. There are about 60 channels dedicated to movies, mostly current hit movies. This is arranged so that about 20 movies are available each week, with start-up times up to every half-hour. There are 30 digital audio channels and an additional 40 channels used mainly for pay-per-view season subscription supports, for special performing arts events or one-time sports attractions, and for other niche services like the Physicians' Network or Asia TV, a service comprised of Indian and oriental programming.

Il y a, d'autre part, un service de télévision à la carte. Il propose une soixantaine de chaînes qui diffusent exclusivement des films à succès sortis récemment dans les salles de cinéma. Environ 20 films différents sont programmés chaque semaine, et commencent à peu près à toutes les demi-heures. Il y a 30 canaux audionumériques et 40 chaînes supplémentaires utilisées principalement pour la télévision à la carte et les abonnements saisonniers aux retransmissions de manifestations sportives, ainsi que pour la retransmission de représentations artistiques et de manifestations sportives exceptionnelles, et des services spécialisés comme le Physicians' Network ou Asia TV dont la programmation est d'origine indienne et orientale.

Without any further ado, let me demonstrate. This is the dish. This is the decoder or box. The actual dish is just outside. The DirecTv U.S. service, which I'll be demonstrating, is launching a $100 million ad campaign, and this is the spot they're starting to use.

Sans plus tarder, permettez-moi de vous montrer comment le système fonctionne. Voici l'antenne. Voici le décodeur ou la boîte. La véritable antenne est juste à l'extérieur. Le service DirecTv U.S., dont je vais vous faire la démonstration, lance une campagne de publicité de 100 millions de dollars, et voici le message publicitaire dont on se sert.

[*Video Presentation*]

[*Présentation vidéo*]

Mr. Kruyt: It's also in my living room right now. We showed you the launch tape of Newsworld and Trio. We're now watching the live feed of Newsworld as it's being broadcast throughout North America.

M. Kruyt: J'ai ce système à la maison maintenant. Nous vous avons montré la bande de lancement de Newsworld et de Trio. Voici maintenant la retransmission en direct du bulletin de nouvelles diffusé par Newsworld dans toute l'Amérique du Nord.

[*Video Presentation*]

[*Présentation vidéo*]

Mr. Kruyt: I'll now show you Trio, MuchMusic—also available on the service—and CNN.

M. Kruyt: Voici maintenant Trio, MuchMusic—aussi offert—et CCN.

[*Video Presentation*]

[*Présentation vidéo*]

Mr. Kruyt: One of the questions people have on the 500-channel universe is how does one get around and navigate it, because we only watch a few channels? The answer to that is an electronic programming guide.

M. Kruyt: Les gens demandent souvent, comment peut-on s'y retrouver dans cet univers de 500 chaînes étant donné que l'on ne regardent que quelques chaînes? La solution, c'est un guide de programmation électronique.

[*Text*]

[*Translation*]

• 1925

This is the equivalent of what you see in your newspaper, only it includes every channel on this system. Right now the show from 7 to 7:30 is *Moneyline* on CNN. The channel below it is the Courtroom Television Network. There is *Headline News*, another Turner product, and there are three versions of ESPN.

Mr. Ianno (Trinity—Spadina): Do you get the parliamentary channel?

Mr. Kruyt: That's up to the people around here. There is TNTE, MuchMusic, Turner classic movies, the Disney Channel—there are two channels of Disney—The Discovery Channel, The Learning Channel, The Cartoon Network channel, U.S.A.

For instance, we go to Trio again. We can move out as we move the cursor. If you want to know what's happening at 10 p.m., you'll find out it's *Diamonds* after *Street Legal*. In fact, today you don't need a paper guide, because it's all right here.

The 200 series is all basic channels. There are about 45 basic channels. This is a series of basic channels, which is an HBO equivalent—movies back–to–back on themes produced by TCI. There is a love theme, a western theme, a mystery theme, an action theme, a true–story theme. They're all available just by asking for it. Obviously, all the networks are available: CBS, NBC, PBS, ABC and Fox.

The Chair: Which city do they come from?

Mr. Kruyt: CBS is from Raleigh, ABC is from New York, NBC is from Atlanta; for PBS and Fox, I am not sure. It's the equivalent of PrimeTime 24, if that means something to you. It's the backyard dish service that's offered.

If we go to the series 500, you see a number of formats. These are actual digital audio formats, commercial–free radio, classical music. There are 42 formats in all. There is even one for kids with story–telling and music for children.

I am wrong; 604 is not available.

There is a channel called Cable in the Classroom, which is available on this.

Channel 100, at the top of the list, is a preview channel. It's a "barker channel" in the trade, previewing all the movies that are available on the pay–for–view service. If you want to choose a service or a movie, you look through the offering.

There's the fight between Jones and Toney, quite expensive at $29.95.

The movies are $2.99. They're competitive with movie rentals. This is the list of movies that you can buy at the press of a button; no phone call is required. They would have the same window that video stores have.

There are some programs that may be of concern to parents. To deal with that there are features such as locks and limits—rating limits, spending limits and channel limits. This gives the control of the television set—which I think is required with this type of offering—in the hands of the parents, although I think all it takes is an 11–year–old to figure out how to break it.

Voici l'équivalent du guide de télévision qui se trouve dans votre journal, sauf qu'il comprend toutes les chaînes du système. Vous voyez que l'émission prévue de 7 heures à 7h30 est *Moneyline* sur CNN. La chaîne en dessous, c'est le Courtroom Television Network. Voici maintenant *Headline News*, un autre produit Turner, et trois versions de ESPN.

M. Ianno (Trinity—Spadina): Offrez–vous la chaîne parlementaire?

M. Kruyt: Cette décision vous revient. Voici maintenant TNTE, MuchMusic, les classiques Turner du cinéma, la chaîne Disney—il y a deux chaînes Disney—le Discovery Channel, le Learning Channel, le Cartoon Network Channel, U.S.A.

Revenons à Trio. Il suffit de déplacer le curseur. Vous voyez qu'à 22 heures, ce qui passe c'est *Diamonds*, tout de suite après *Street Legal*. Plus besoin de guide de télévision.

La série 200 se composer entièrement de chaînes de base. Il y en a environ 45. Cela équivaut à HBO, une chaîne totalement consacrée aux films regroupés par des thèmes par TCI. Il y a le thème de l'amour, des westerns, des mystères, de l'action et des histoires vraies. Il suffit de choisir. Toutes les chaînes sont évidemment offertes: CBS, NBC, PBS, ABC et Fox.

Le président: De quelle ville proviennent–ils?

M. Kruyt: Dans le cas de CBS, c'est de Raleigh; ABC est de New York, NBC, d'Atlanta et je ne suis pas sûr de ce qu'il en est pour PBS et Fox. C'est l'équivalent de PrimeTime 24, si cela vous dit quelque chose. C'est le service qu'offre l'antenne parabolique qu'on voit dans les cours.

La série 500 offre divers choix: des canaux audionumériques, une chaîne radio sans publicité et de la musique classique. Au total, 42 choix sont offerts. Il y a même une chaîne qui offre des histoires et de la musique pour enfants.

Je me trompe: 604 n'est pas disponible.

On offre aussi une chaîne qui s'appelle Cable in the Classroom.

La chaîne 100, au haut de la liste, qui offre des extraits de tous les films qui sont offerts à la carte. C'est ce qu'on appelle un canal d'autopublicité dans le métier. Si vous voulez un service ou un film, on consulte cette chaîne.

Voici le combat entre Jones et Toney. Assez coûteux à 29,95$.

On peut voir un film pour 2,99$. Il en coûte autant pour louer une cassette vidéo. Voici tous les films que vous pouvez commander en appuyant simplement sur un bouton. Il n'est pas nécessaire de faire d'appel téléphonique. La chaîne offre les mêmes films que les comptoirs vidéo.

Le contenu de certaines émissions risque de préoccuper les parents. C'est la raison d'être de certaines commandes et limites. Il y a des limites s'appliquant à la cote des émissions, des limites pour ce qui est des dépenses et des limites quant au choix des chaînes. De cette façon, ce sont les parents qui contrôlent l'utilisation du téléviseur, mais je crois qu'un enfant de 11 ans est en mesure de comprendre comment déjouer le système.

[*Texte*]

[*Traduction*]

• 1930

The Chair: That's all it took to make it work in the first place.

Le président: C'est tout ce qu'il a fallu de toute façon pour le faire fonctionner.

Mr. Kruyt: We'll pass around the control, and if people would like to play with it, I think they'll find it quite simple to operate.

M. Kruyt: Nous allons faire circuler la commande, et si vous voulez essayer, vous verrez que c'est assez simple.

That concludes the demonstration. I would now ask Mr. Bell to get to some of the issues surrounding what we think is an exciting new technology.

Voilà pour la démonstration. Je vais maintenant demander à M. Bell de vous parler des enjeux entourant ce qui nous semble être une technologie nouvelle et passionnante.

Mr. Bell: This service is accessible in Canada. You can acquire the equipment either by going over the border and buying the set-up or by contacting a dealer in Canada. For $950 you can have it. If you dial 1-800-DirecTv, you can subscribe to the service. As Peter said, the 45 channels plus access to all of the other services comes at $29.95 a month, which is lower than anything comparable in cable.

M. Bell: Ce service est disponible au Canada. Pour s'équiper, il suffit de traverser la frontière pour acheter l'installation ou de communiquer avec un revendeur au Canada. Le tout pour 950$. Si vous composez le 1-800-DirecTv, vous pouvez vous abonner au service. Comme l'a expliqué Peter, pour avoir accès aux 45 canaux et à tous les autres services, il vous en coûtera 29,95$ par mois, ce qui est moins cher que tout ce qu'on peut vous offrir de comparable sur le câble.

What you buy on this service is all of the U.S. services, many of which are not authorized for distribution in Canada. Under the CRTC approval process, only a limited number of them are eligible for distribution in Canada, but they are all accessible in this manner.

Ce faisant, vous achetez tous les services américains, dont une grande partie ne peuvent être distribués au Canada. Comme le prévoit le processus d'approbation du CRTC, seul un nombre limité de ces services peuvent être distribués au Canada, mais tous sont accessibles de cette façon.

You pay a U.S. program supplier and a U.S. program producer. You bypass Canada. You tune out of Canada. You watch C-SPAN instead of CPAC. You don't watch the Canadian parliamentary channel, you watch Congress instead. This undermines the objectives of Canadian content and the availability of Canadian program services in Canadian households.

On paie le fournisseur et le producteur des émissions américaines en contournant — c'est-à-dire en ne syntonisant pas — le Canada. Au lieu de regarder le CPAC, on regarde le C-SPAN. Au lieu d'écouter le canal parlementaire canadien, on écoute le Congrès, ce qui mine les objectifs en matière de contenu canadien et empêche d'élargir la disponibilité des services et programmes canadiens pour les foyers canadiens.

We believe this service is sufficiently attractive that it will draw many Canadian subscribers.

Ce service nous semble suffisamment intéressant pour attirer bon nombre des abonnés canadiens.

I was talking with Mr. de Jong before we started, and he commented that in the early 1980s we abandoned the idea of trying to police backyard dishes by sending RCMP up and down the streets to see which homes had these services. Today we have 500,000 backyard dishes. People pay thousands of dollars, generally $4,000 or $5,000, for dishes 12 or 14 feet in diameter, and some people paid a lot more than that.

Je m'entretenais avec M. de Jong avant la séance, et il m'a fait remarquer qu'au début des années quatre-vingt, nous avions laissé tomber l'idée de surveiller l'installation des antennes paraboliques dans la cour en envoyant la GRC patrouiller les rues pour voir quelle maison avait installé une antenne. Aujourd'hui, il y a 500 000 de ces antennes dans les cours et les Canadiens paient des milliers de dollars, autour de 4 000$ ou 5 000$, pour acheter des antennes de 12 ou de 14 pieds de diamètre, alors que d'autres paient beaucoup plus.

The new system is an 18-inch dish that is available for $950, and the price will drop. This is a multi-manufacturer piece of equipment. It's RCA today, Sony comes in about a year later, and two other manufacturers come in six months after that. It's an open architecture system that is being licensed widely. Like the cell phone, which started at $1,500 — you can now get a cell phone for just the monthly subscription fee if you buy a long enough period of service. There is enough built in there to recoup the cost of the equipment.

Le nouveau système est constitué d'une antenne d'à peine 18 pouces de diamètre qui ne coûte que 950$ et le prix pourra fléchir encore. C'est un instrument qui peut être fabriqué par plusieurs manufacturiers: RCA le fabrique aujourd'hui, mais Sony peut en fabriquer un d'ici un an, et deux autres manufacturiers six mois plus tard. C'est un système à architecture ouverte pour lequel les permis de fabrication peuvent être obtenus facilement. Rappelez-vous le téléphone cellulaire qui se détaillait au début à 1 500$. Aujourd'hui, on peut obtenir un téléphone cellulaire en payant uniquement les frais d'abonnement mensuels, si l'on achète le service pendant suffisamment longtemps. Les frais de service sont suffisamment élevés pour que cela permette de recouvrer le coût de la fabrication de l'équipement.

DirecTv dealers in the U.S. believe that's what's going to happen with this kind of equipment. If you sign up for long enough or you buy a television, this will be built in. So it's cheaper, it's more accessible, it offers more services, it offers

Les revendeurs de DirecTv aux États-Unis sont convaincus que c'est ce qui arrivera avec cette antenne. Si vous vous abonnez pendant suffisamment longtemps ou achetez un téléviseur, les frais seront inclus. Ce service est donc moins

[*Text*]

CD quality audio and laser disk quality video, and it offers better quality service. So we think this is a real risk and there will be a substantial grey market—people buying from the United States and bypassing the Canadian system, with the revenues bypassing the Canadian broadcasting system and Canadian program producers.

We see this as undesirable. Clearly, it doesn't comply with the objectives of Canadian broadcasting and cultural policy, which seeks to have every Canadian household have access to Canadian services—although they can't force people to watch what they don't want to watch—and to make sure the revenue stream from subscription to those services ensures a Canadian voice. We are producing information, educational and entertainment–type products of our own to speak to ourselves, at least within this country, if not also to give us a voice outside.

• 1935

For that to happen, Canadian audiences have to be buying the Canadian product and subscribing to Canadian services. There has to be a platform for distribution for them in this country.

As broadcasters, Power Broadcasting saw the risk in this bypass, which hurts the CBC and other broadcasters in the system, as well as program producers, obviously.

As businessmen, we saw a solution or an opportunity. Our proposal tries to capture that opportunity. Our proposal means we would add Canadian services to a Canadian direct–to–home delivery system that would deliver, of the U.S. signals, only those authorized for distribution in Canada. It would bring the system under Canadian control. It would be subject to Canadian law and jurisdiction and to the control of the CRTC.

Power DirecTv is a Canadian entity that complies with Canada's Broadcasting Act requirements and is amenable to the enforceable jurisdiction of the CRTC and Canadian law.

We would add Canadian products in terms of program services. All the Canadian program services would then be available to every subscriber alongside the eligible U.S. services. To that list of pay–per–view films and events, it would add Canadian content and Canadian films.

This would therefore mean that there would be, in that large system with the normal sort of percentages of Canadian content, more Canadian films going to Canadian homes with more frequent start times. Once it's on the system, it's available throughout North America, and hence in the United States via export. It provides a platform for export.

We see this as an opportunity to also go a step further and exercise our technical capacity and our contract right to block the grey market. This is the only arrangement that exists that permits us to turn off the grey market in this service.

[*Translation*]

coûteux, plus accessible et plus varié; il offre une qualité audio de disques compacts et une qualité vidéo de disques au laser, de même qu'un service de meilleure qualité. Nous sommes convaincus qu'il représente un véritable risque et qu'il attirera un marché gris important, celui des Canadiens qui s'abonnent aux États–Unis et qui contournent le système canadien, ce qui a pour conséquence que des revenus importants échappent au système de radiodiffusion du Canada et aux producteurs d'émissions canadiennes.

Ce n'est pas souhaitable. Cela ne correspond pas non plus aux objectifs de la politique culturelle et de radiodiffusion du Canada selon laquelle tous les foyers canadiens doivent avoir accès aux services canadiens—même si on ne peut forcer qui que ce soit à écouter une émission qui ne l'intéresse pas; il faut aussi faire en sorte que les revenus d'abonnement à ces services transmettent une voix canadienne. Nous produisons nos propres émissions d'information, nos émissions éducatives et nos émissions de divertissement pour nous parler entre nous et à nous–mêmes, voire pour parler au monde extérieur.

Pour ce faire, les auditoires canadiens doivent accepter les produits canadiens et s'abonner au service canadien. Le Canada doit leur offrir une tribune de distribution.

À titre de radiotélédiffuseur, la Power Broadcasting considère ce contournement comme une menace pour la SRC et pour les autres radiotélédiffuseur du système, comme pour les producteurs d'émissions, cela va de soi.

À titre d'homme d'affaires, nous y avons vu une solution et une occasion. Notre proposition a pour but de saisir l'occasion. Nous suggérons d'ajouter les services canadiens à un système de livraison directe à domicile au Canada qui ne distribuerait parmi tous les signaux américains, que ceux ui ont été autorisés au Canada. Cela permettrait aux Canadiens de contrôler le système qui serait alors assujettie aux lois et compétences canadiennes et aux règles du CRTC.

Power DirecTV est une entité canadienne qui se conforme à la Loi sur la radiotélédiffusion et est soumise à la compétence exécutoire du CRTC et de la loi du Canda.

Nous ajouterions des produits canadiens au service d'émissions. Tous les services de programmation canadiens pourraient donc être offerts à tous les abonnés en même temps que les services américains admissibles. Ce service permettrait d'ajouter du contenu et des films canadiens à toute une liste de films et d'émissions à la carte.

Autrement dit, dans tout cet ensemble d'émissions auxquels on assortie le pourcentage normal de contenu canadien, il y aurait plus de films canadiens diffusés dans les foyers canadiens et visionnés plus fréquemment. Une fois les films dans le réseau, ils sont disponibles partout en Amérique du nord, et, par conséquent, exportés aux États–Unis. Cela servirait donc de tribune à l'exportation.

Saisissons cette occasion pour aller encore plus long: nous pourrions démontrer notre capacité technique et exercer nos droits contractuels pour bloquer le marché gris. Ce serait la seule façon permise de bloquer l'accès au marché gris.

[*Texte*]

Power DirecTv would participate in the Canadian market only. Those in Canada buying the service Peter showed don't benefit us. We would not see a penny out of the purchases in the grey market. We can only operate if we're authorized to operate in this country and therefore stop the grey market, which we have the contractual and technical capacity to do, to prevent our business base from going south of the border. We would be on the Canadian side of that equation to police and enforce this by using both the technical capacity and the legal right we have as the exclusive distributor of that product in Canada to turn off the grey market.

We would only be distributing in this country what was eligible in this country, because no other service could be authorized around us. Our arrangement with our U.S. suppliers for the U.S. part of the service would be that they would supply us with what we wanted and were authorized to distribute, but could not sell to the Canadian market otherwise.

We see this again as an opportunity to protect the Canadian environment by the closure of the grey market and to use the platform to add Canadian services that go into the U.S. market. You've seen three: MuchMusic, Trio and Newsworld International. There's room for more. It would add Canadian films and events on a pay–per–view service to do the same to get into the U.S. market.

What are the issues for government policy? Why are we here? Why aren't we just in business? What are the possible approaches that are open? As I said at the outset, we have given up the idea in this country of trying to enforce a provision of illegality in the ownership of this kind of system. I think Canadians wouldn't tolerate that. I think Canadians want a more open–society approach.

There are two other possible approaches. The CRTC adopted an approach of issuing an exemption order that says a Canadian group that uses only a Canadian satellite and does not originate programming—doesn't have its own pay–per–view programming—could carry on business. It was tailor–made for a particular group of cable companies that were then in—telephone companies, program and distribution companies, a particular consortium calling itself DTH Canada. It would be able to operate, but it would foreclose us from operating.

[*Traduction*]

Power DirecTV n'agirait que sur le marché canadien. Les Canadiens qui achètent le service dont vous a parlé mon collègue ne nous apporte rien. Nous ne verrions pas un sou sortir du marché gris. Nous ne pouvons fonctionner que si nous avons le droit de le faire, ici au Canada; notre droit contractuel et notre capacité technique nous permettrait donc de stopper le marché gris et d'empêcher nos affaires de passer de l'autre coté de la frontière. Nous serions du côté canadien de l'équation et serions, grâce à notre capacité technique et à notre droit contractuel, le distributeur exclusif de ce produit au Canada pour fermer la porte au marché gris.

À l'exclusion des autres services, nous serions les seuls à distribuer au Canada les services autorisés. Du côté américain de l'équation, nos fournisseurs américains nous fourniraient uniquement les services que nous leur demanderions et que nous sommes autorisés à distribuer, car il ne pourrait vendre sur le marché canadien.

Cette solution nous permettrait de protéger le milieu canadien en fermant la porte au marché gris et en utilisant cette tribune pour envoyer au marché américain d'autres services canadiens. Il en existe déjà trois: Musique plus, Trio et Newsworld International. Il y a de la place pour beaucoup plus. Cela permettrait de distribuer des films et des émissions canadiennes par un service à la carte sur le marché américain.

En quoi cela concerne–t–il la politique du gouvernement? Pourquoi sommes–nous venus ce soir? Pourquoi ne pas nous contenter de faire des affaires? Quelles sont les méthodes possibles? Comme je l'ai dit au départ, nous avons au Canada laissé tomber l'idée de rendre illégale la possession d'antennes de ce genre. Les Canadiens ne le tolèreraient pas. Les Canadiens veulent, je crois, une société plus ouverte.

Il y a deux autres possibilités. Le CRTC a choisi d'émettre un décret d'exemption portant que tout groupe canadien n'utilisant qu'un satellite canadien et ne créant pas sa propre programmation—c'est–à–dire n'ayant pas sa propre programmation à la carte—peut faire des affaires. Ce décret devait s'appliquer à un groupe bien précis de compagnies de câblodistribution qui faisaient alors dans le téléphone, dans la programmation et dans la distribution, et qui formaient un consortium s'appellant DTH Canada. Ce décret devait permettre à ce dernier de multiplier ses activités, tout en nous empêchant d'en faire autant.

• 1940

The problem we see with that is of course it does nothing to stop the grey market. The grey market would continue to operate out there, because unless we are authorized to operate here, we do not have the contractual rights nor the control of the on–off switch to turn off those services, which are ineligible and constitute the grey market leakage, in terms of programming and in terms of dollars.

We also see it as discriminatory. Cable receives U.S. programming services from U.S. satellites. Broadcasters receive U.S. programs from U.S. satellites. What we want to do as a DTH operation operating in compliance with the Canadian law and practice is to access our U.S. services and our U.S. services only, and only those that are eligible from U.S. satellites, and to access our Canadian services from the Canadian satellite system from Telesat. We'd be an additional customer for Telesat, which

La difficulté, c'est que cela ne freine en rien le marché gris. Ce marché continuerait en effet à exister, car à moins de nous donner l'autorisation de mener nos activités ici, nous n'avons pas les droits contractuels ni la possibilité d'empêcher l'arrivée de ces services qui sont interdits et constituent cette fuite du marché gris en terme de programmation et d'argent.

Nous considérons aussi que c'est discriminatoire. Les câblodistributeurs reçoivent des services américains via les satellites américains. Les radiotélédiffuseurs reçoivent des émissions américaines via les satellites américains. Ce que nous voulons faire à titre d'exploitant de système SRD se conformant au droit et à la pratique du Canada, c'est d'avoir accès à nos seuls services américains—c'est–à–dire ceux qui sont autorisés via les satellites américains—et d'avoir accès à nos services

[*Text*]

would be supportive of that infrastructure, and we would simply be accessing a portion of our services, which is exactly the way cable does today from a U.S. satellite. We'd be distributing Canadian services linked to U.S. services, with the first coming off Canadian satellites, the second coming off U.S. satellites, which is exactly what cable does today. So we would seek something that was not discriminatory, whereas the current exemption order does discriminate against direct–to–home in comparison with cable.

The alternative approach is to set out rules that provide a level playing field for everyone. Insist on Canadian control, which we have insisted on in our arrangements, insist that it comply with the Canadian content rules of the CRTC, insist that it use Canadian satellites for Canadian services, and allow it to use U.S. satellites for U.S. services as other distributors do.

This would allow everyone to compete fairly. It would support our cultural objectives. It would achieve the economies that cable does and that other distributors do by not re–uplinking services that are already up there on U.S. satellites that can be brought down. It would allow competition between different suppliers, which would benefit Canadian consumers with lower fees. It would bring in a system with a larger capacity and room therefore to carry more Canadian services around Canada and, by putting them onto the North American system, also into the U.S.

So it would provide Canadian content in Canada and a platform for export. Perhaps most important, it would close the grey market. It has, as a result, significant dollar consequences. The bottom line is that we're looking to see what the financial consequences can be for the CBC, for the production sector. The most modern and polished information highway is not going to preserve Canadian identity, Canadian capacity to speak to one another. What is going to do that is content.

Today those 500,000 subscribers, by buying only U.S. services—and of that 500,000 incidentally, 32,000 buy the Canadian package. The rest do not. They watch U.S. services. If that 500,000 had to buy Canadian services and buy from a Canadian source in tandem with the U.S. services that they buy that are eligible, we would add between $150 million and $200 million per year to the Canadian broadcasting system and to the Canadian production community. We would also increase its audience, and that audience is a saleable commodity to advertisers.

[*Translation*]

canadiens par le truchement du réseaux de satellites canadiens de Télésat. Nous serions un client supplémentaire pour Télésat, qui nous aiderait dans l'infrastructure, et nous aurions simplement accès à une partie de nos services, tout comme le font actuellement les câblodistributeurs à partir des satellites américains. Nous distribuerions les services canadiens liés aux services américains, les premiers à partir de satellites canadiens et les deuxièmes à partir de satellites américains, tout comme le font aujourd'hui les câblodistributeurs. Nous voulons faire cesser la discrimination, puisque le décret d'exemption actuel est discriminatoire à l'égard des services directs au foyer par rapport au câble.

Une autre solution, ce serait de fixer les mêmes règles du jeu pour chacun. Vous pourriez insister sur l'importance du contrôle canadien, comme nous l'avons souligné dans nos ententes, et insister pour qu'il y ait conformité aux règles de contenu canadien du CRTC, insister pour que les services canadiens soient diffusés à partir des satellites canadiens et que les services américains soient diffusés à partir des satellites américains, comme le font les autres distributeurs.

Cela permettrait une concurrence équitable pour tous. Cette proposition respecte nos objectifs culturels et permet d'espérer les mêmes économies que celles dont profitent les câblodistributeurs et les autres distributeurs, en rendant inutile le rétablissement de la liaison montante pour des services déjà transmis par les satellites américains. Cette solution permettrait à différents fournisseurs de se concurrencer, ce qui permettrait de faire baisser les prix pour le consommateur canadien. Cette solution permettrait d'aménager un réseau beaucoup plus vaste qui transmettrait plus de services canadiens dans toutes les régions du Canada et, par le truchement du réseau nord–américain, aux États–Unis.

Non seulement le contenu serait canadien au Canada, mais cela servirait de tribune à l'exportation. Plus important encore, cela fermerait la porte au marché gris, qui peut représenter beaucoup d'argent. L'important, c'est de voir quelles peuvent être les conséquences financières de ce geste pour la SRC et son secteur de la production. L'autoroute de l'information la plus moderne et la plus pointue qui soit ne pourra jamais préserver l'identité canadienne ni la capacité des Canadiens à se parler les uns les autres. C'est le contenu canadien qui pourra y parvenir.

Aujourd'hui, les 500 000 abonnés qui n'achètent que des services américains... Soit dit en passant, 32 000 d'entre eux seulement achètent les services canadiens, alors que les autres ne s'intéressent qu'aux services américains. Si les 500 000 abonnés étaient obligés d'acheter des services canadiens d'une source canadienne faisant tandem avec les services américains autorisés, nous pourrions aller injecter entre 150 et 200 millions de dollars par année dans le réseau de télédiffusion canadienne et dans la production canadienne. Nous pourrions également faire augmenter l'auditoire alors que cet auditoire est un produit vendable aux publicitaires.

[*Texte*]

Second, we would use the platform for export, as we said. Trio, Newsworld and MuchMusic from DirecTv alone and from subscriber fees alone, excluding any advertising revenues, over the next seven to 8 years will bring in $400 million into this economy for distributors and program producers. That's from the subscriber fees in the United States from those three services.

[*Traduction*]

Deuxièmement, je répète que nous pourrions utiliser cette tribune pour exporter nos produits. À partir de DirecTv seulement et à partir des seuls frais d'abonné, en excluant tous les revenus publicitaires, Trio, Newsworld et Musique Plus rapporteront à notre économie, au cours des sept ou huit prochaines années, 400 millions de dollars qui serviront aux distributeurs et aux producteurs d'émissions. Et je parle des frais d'abonnement aux États–Unis pour ces seuls trois services.

• 1945

The pay–per–view films, if they achieve the most modest of buy rates in the United States, will add another $50 million over the next five years, very conservatively.

Incidentally, Canadian films have a very difficult time getting on screens in theatres. Here is an opportunity to get them into the U.S. through television, where those impediments that have historically stood in the way of distributing our film product in the U.S. do not exist.

It is also demonstrable that Canadian films have a difficult time when they do get on screens in theatres. They don't get the kinds of audiences the U.S. films do. On television they do very well. The ratings of Canadian films on television, up against whatever else is playing that night, are very respectable. Here is an opportunity to exploit the demonstrated success of Canadian product on television in Canada and in the U.S. and gain further revenue. So the $50 million is a very modest, conservative number.

Thirdly, by adding more channels and by using a technology that lowers the individual channel cost—individual channels do cost less, in a 150–or 200–channel system, than they do in a smaller number of channels—we not only lower the costs to consumers, but we permit the producer to keep a larger piece of the price.

We do more to stimulate production in this country by having more channels at lower cost. Theoretically, if it costs you nothing to get to the screen, many more producers would be innovating, experimenting and putting additional programming on those screens. If we can lower the cost of distribution, we put more into the hands of the producer to produce more better–quality product here at home.

We also provide those channels universally in Canada. This is a distance–insensitive technology. Anywhere within its footprint costs you the same to get to. Whether it's next door or across the continent, it costs no more. It delivers the same number of signals to every Canadian household for the same price. No longer will there be a certain calibre or number of channels in big cities and on the family farm a lot less. It will be the same service at the same price; the same number of channels can be available universally throughout the country.

Quant aux films à la carte, en estimant de façon la plus modeste qui soit leur vente aux États–Unis, ils nous rapporteront 50 millions de dollars de plus au cours des cinq prochaines années.

Soit dit en passant, nous avons beaucoup de mal à faire diffuser les films canadiens dans les salles de cinéma. Voilà l'occasion rêvée de les faire pénétrer aux États–Unis par le truchement de la télévision, là où les obstacles qui ont de tout temps empêché leur distribution aux États–Unis n'existent pas.

On peut également prouver que les films canadiens ont du mal à rester longtemps dans les salles de cinéma. En effet, ils n'attirent pas les auditoires comme le font les films américains, alors qu'ils passent très bien à la télévision. La cote d'écoute des films canadiens à la télévision, par rapport à tout ce qui se joue ailleurs au même moment, est très respectable. Voilà donc l'occasion d'exploiter le succès éprouvé d'un produit canadien à la télévision canadienne et américaine, et d'aller chercher des revenus supplémentaires. Vous voyez que les 50 millions de dollars dont je parlais sont très modestes.

Troisièmement, en ajoutant d'autres canaux et en ayant recours à une technologie qui réduit le coût des canaux prix individuellement—en effet, le prix individuel des canaux est moindre, dans un réseau de 150 à 200 canaux, par rapport à ce qu'il est lorsqu'il y a moins de canaux—non seulement le consommateur paye–t–il moins, mais nous permettons au producteur de garder une plus grande part de l'argent.

On stimule donc plus la production au Canada en augmentant le nombre de canaux à moindre coût. En théorie, s'il ne leur en coûte pas un sous de diffuser à l'écran, plus nombreux seront les producteurs qui voudront innover, expérimenter et élargir la programmation ordinaire à l'écran. En réduisant le coût de la distribution, nous laissons plus d'argent dans les poches des producteurs qui seront enclins à produire des émissions de plus grande qualité ici même au Canada.

En outre, ces canaux sont offerts partout au Canada. Il s'agit d'une technique qui ne craint pas les distances. Peu importe où, sur notre territoire, le coût de l'empreinte ne change pas, qu'il s'agisse de diffuser chez le voisin ou à l'autre bout du continent. Chaque foyer canadien reçoit pour le même prix le même nombre de signaux. Le temps où les grandes villes profitaient d'un certain nombre de canaux alors que la petite ferme familiale n'en avait que quelques–uns est révolu. Tous auront droit au même service au même prix; partout au canada, on pourra recevoir le même nombre de canaux.

[*Text*]

Fourthly, it lowers the infrastructure costs by doing what we've done with infrastructure costs in telephony, broadcasting and a great number of areas. We ensure the viability of our Canadian infrastructure and then we piggyback to avoid redundancy of costs to save money. We minimize the cost to ourselves, so we have a cost–competitive economy and a viable, competitive price for our subscribers.

We do that without undermining Telesat, because we provide an additional customer to Telesat, and, most importantly for them, we close the grey market, which is also eroding their subscriber base, and preserve it for their signals to be distributed to Canadian households as well.

In conclusion, we believe there is an opportunity to stop the grey market, to Canadianize the spillover you have seen, to capture significant new revenues for Canadian programming and Canadian program distribution, to give consumers a better choice and a lower price throughout the country with the best quality of digital–type signal available today, and to provide an important new platform for exports to earn additional revenues for the CBC, other broadcasters and program producers to help them produce more product here at home.

This would also mean they would hold their subs. We would hold Canadian audiences for Canadian programming, and the importance that has for Canadian identity is clear. It would provide, as well, the opportunity for additional channels, without the capacity constraints we've been suffering, to be brought to the market.

The policy choices are very important.

• 1950

We welcome the chance to answer your questions and to participate in a debate on the issues before you, which I think have enormous ramifications for both broadcasting and culture. Thank you.

The Chair: Thank you very much. It ties in nicely with our afternoon discussion about distribution.

Je crois que nous allons passer tout de suite à M. de Savoye. C'est à vous si vous avez des questions à poser.

M. de Savoye (Portneuf): Certainement, merci, monsieur le président. Je dispose de combien de temps pour la première ronde?

Le président: Dix minutes.

M. de Savoye: Dix minutes, merci, monsieur le président.

It's facinating, of course. We knew it would be here some day. It wasn't a day; it was an evening, a night. It's here. However, I would like to have a few answers just to clarify my comprehension of how it works. I'm the guy who tries it, wants to understand the inner workings. I'm sure you could provide explanations we all can understand.

First, those are video compressed signals, aren't they? They're digital?

Mr. Bell: Yes, they're compressed.

[*Translation*]

Quatrièmement, l'infrastructure coûtera moins cher, tout comme cela s'est vu en téléphonie, en radiotélédiffusion et aussi ailleurs. Nous assurons la viabilité de l'infrastructure canadienne, puis nous superposons pour éviter le redoublement des coûts et pour épargner. Nous minimisons notre coût, notre économie est concurrentielle du point de vue des coûts et nous pouvons un prix intéressant et concurrentiel à nos abonnés.

Nous y parvenons sans miner Telesat, puisque nous lui fournissons un client de plus; plus importante encore pour Telesat, nous faisons disparaître le marché gris qui érode lui aussi le niveau de leur abonnement; enfin, nous réservons ces abonnés aux signaux qui doivent être distribués aux foyers canadiens.

Pour conclure, nous répétons qu'il est possible de freiner le marché gris, de canadianiser le déversement que vous avez constaté, d'aller chercher de nouveaux revenus d'importance pour la programmation canadienne et pour la distribution d'émissions canadiennes, d'offrir aux clients un meilleur choix et à moindre prix partout au pays, grâce à la grande qualité des signaux numériques disponibles aujourd'hui, et d'offrir une nouvelle tribune à l'exportation qui représentera des revenus supplémentaires pour la SRC, pour les autres radiotélédiffuseurs et pour les producteurs d'émissions, ce qui devrait les aider à produire plus chez eux.

Cela devrait leur permettre également de garder leurs abonnés. Nous pourrions garder les auditoires canadiens pour les émissions canadiennes, et ce que cela représente pour l'identité canadienne n'est plus à démontrer. En outre, cela permettrait d'offrir sur le marché des canaux supplémentaires, sans être soumis aux limites de capacité que nous avons connues.

Les choix politiques sont très importants.

Nous sommes prêts à répondre à vos questions et à participer à un débat sur ces points importants qui peuvent avoir des ramifications énormes pour la radiodiffusion et la culture. Merci.

Le président: Merci beaucoup. Cela nous permet de poursuivre la discussion que nous avions cet après–midi à propos de la distribution.

I will recognize Mr. de Savoye if he has any question.

Mr. de Savoye (Portneuf): Certainly, thank you, Mr. Chairman. How much time do I have on the first round?

The Chairman: Ten minutes.

Mr. de Savoye: Ten minutes, thank you, Mr. Chairman.

C'est évidemment fascinant. Nous savions que cela arriverait un jour. Ce ne fut pas un jour; ce fut un soir, une nuit. C'est là. Toutefois, j'aimerais avoir quelques précisions sur la façon dont cela fonctionne. Supposez que j'essaie, je cherche à comprendre comment cela marche vraiment. Je suis sûr que vous pourriez nous donner des explications que tout le monde comprennent.

Tout d'abord, il s'agit de la technique de compression vidéo, n'est–ce pas? Ce sont des signaux numériques?

M. Bell: Oui, de signaux comprimés.

[*Texte*]

Mr. de Savoye: Are they encrypted, too?

Mr. Kruyt: They're encrypted.

Mr. de Savoye: Is it two–way?

Mr. Kruyt: It's not two–way to the satellite; the return is through the telephone line.

Mr. de Savoye: That's what I wanted to know, because for pay–per–view you have to know who you have to invoice. Right?

Mr. Kruyt: That is correct.

Mr. de Savoye: So this thing will be hooked up on the telephone line. You poll and you get back your billing information every day, or something like that.

Mr. Kruyt: It's every month.

Mr. de Savoye: The grey market—As I understand it—and you will fill in the blanks, I am sure—I can go to the States and for $950 Canadian I can buy the dish and the decoding box. Then I come home, and if I'm one of those clever 11–year–olds I can manage to operate it all by myself.

How does the satellite know, or how do you know, where it's being installed? If there's a phone line, I probably have to initiate it, to implement it somehow. That means the corporation in the States knows it has a Canadian customer. It will phone that Canadian customer on a monthly basis and send this customer an invoice, with or without GST.

Mr. Kruyt: Under the current scenario, Canadians are using U.S. addresses. It so happens that a lot of Canadians have U.S. addresses. Others who don't have friends who have U.S. addresses. They have their bills delivered to U.S. addresses.

Mr. de Savoye: Then it's remailed to them in Canada. They mail back the payment from Canada.

Mr. Kruyt: We are not organizing this grey market, but I suspect you're correct.

Mr. de Savoye: I understand that.

Mr. Kruyt: You've got it down pat.

Mr. de Savoye: You're saying you have the "technical capacity to black the grey market". How?

Mr. Kruyt: It's an important question. The box is using digital technology. The service is encrypted. It needs to be activated. It gets activated by a phone call; 1–800–DirecTv is the secret phone number. You give your address and you give the identification number of the box. It has a serial number. It has a model number. It also has another security feature called an access card. In French, *c'est la carte puce*. It has a chip on it with billing information. Those pieces of information are delivered to the program supplier. The box is then activated. When someone purchases a movie, they need to have that information downloaded when the satellite requests the box to download it. The phone line is picked up at 2 a.m. and the information is downloaded but there's no answer, so the bill doesn't get issued or paid, or there's no knowledge of whether a bill should be issued. The service can be shut off because each box is addressable. It has its own number. If it doesn't call back, it can be shut off.

[*Traduction*]

M. de Savoye: Sont–ils également chiffrés?

M. Kruyt: Oui.

M. de Savoye: Est–ce bidirectionnel?

M. Kruyt: Non, pas par rapport au satellite; le retour se fait par la ligne téléphonique.

M. de Savoye: C'est ce que je voulais savoir parce que pour le service à la carte, il faut savoir qui facturer. N'est–ce pas?

M. Kruyt: Oui.

M. de Savoye: Ceci sera donc rattaché à la ligne téléphonique. Vous sélectionnez et vous recevez vos renseignements sur la facturation tous les jours, ou à peu près.

M. Kruyt: Tous les mois.

M. de Savoye: Le marché gris. . . Si j'ai bien compris—et vous préciserez les choses, j'en suis certain—je peux aller aux États–Unis acheter une antenne parabolique et un appareil de décodage pour 950$ canadiens. Je rentre chez moi et si je suis un jeune de 11 ans suffisamment malin, je réussis à tout faire fonctionner tout seul.

Comment le satellite sait–il ou comment savez–vous où ce système est installé? S'il y a une ligne téléphonique, il faudra probablement que je fasse quelque chose pour me servir du système. Cela signifie que la société américaine en question sait qu'elle a un client canadien. Elle téléphonera tous les mois au client canadien pour lui envoyer une facture, avec ou sans TPS.

M. Kruyt: Dans le scénario actuel, les Canadiens utilisent des adresses aux États–Unis. Il se trouve que beaucoup de Canadiens ont des adresses aux États–Unis. Ceux qui n'ont pas d'amis pouvant leur prêter leur adresse aux États–Unis se font tout de même envoyer leurs factures à des adresses aux États–Unis.

M. de Savoye: On les leur fait donc suivre au Canada. Ils envoient le règlement à partir du Canada.

M. Kruyt: Nous n'organisons pas ce marché gris mais je suppose que c'est ainsi que cela se passe.

M. de Savoye: Je comprends bien.

M. Kruyt: Vous avez tout compris.

M. de Savoye: Vous dites que vous avez la «capacité technique de noircir le marché gris». Comment?

M. Kruyt: C'est une question importante. L'appareil utilise une technologie numérique. Le service est chiffré. Il doit être enclenché. Il l'est par appel téléphonique; le numéro de téléphone secret est le 1–800–DirecTv. Vous donnez votre adresse et le numéro de l'appareil de décodage. Il y a un numéro de série. Un numéro de modèle. Il y a aussi un autre dispositif de sécurité que l'on appelle la carte puce. La puce en question contient les renseignements sur la facturation. Ces renseignements sont acheminés au fournisseur de programme. L'appareil est alors enclenché. Lorsque quelqu'un achète un film, ces renseignements doivent être téléchargés sur commande du satellite. On prend le téléphone à deux heures du matin et les renseignements sont téléchargés, mais ça ne répond pas, si bien que la facture n'est pas émise ni réglée ou que l'on ne sait pas si l'on doit émettre une facture. Le service peut être fermé parce que chaque décodeur est adressable. Il a son propre numéro. S'il ne rappelle pas, on peut le fermer.

[*Text*]

[*Translation*]

• 1955

Mr. de Savoye: So the satellite just beams down a single shut–off—

Mr. Kruyt: In the same way that it turns the box on, it can turn the box off.

Mr. de Savoye: However, this doesn't explain how you can black out the grey market. You must totally own the distribution of those things in the United States.

Mr. Kruyt: We achieve this through a contractual relationship with the organization in the United States, where the Canadian company, Power DirecTv, has the power to dictate activation or deactivation of any service to any Canadian box.

Mr. de Savoye: Perhaps I don't understand you correctly, but what you're telling us tonight is that we have the power right now to exclude Canadian viewers from receiving certain types of our signals, but we will exert that power if, and only if, we have the market in Canada. Is that what you're saying?

Mr. Kruyt: We do not have the power because we're not involved with the grey market. We have no financial incentive to do anything about something that we cannot make money with.

Mr. de Savoye: But if you had an incentive, then you would do it.

Mr. Kruyt: We will come into being as an organization if, and only if, it's something that is acceptable in Canada and works under the rules and regulations of broadcast policy.

Mr. Bell: That's the important point. The U.S. associate does not give us any authority, because they don't need us to operate in the grey market. So we have no rights unless and until we are authorized to operate in this country, at which point we have the authorization to control the on–off switch. They won't give us the on–off switch unless we can start business in this country. It's not our decision; it's theirs.

Mr. de Savoye: It was interesting to clarify that point. We now see how you relate with the U.S. suppliers.

Mr. Kruyt: Let me add that there isn't an ongoing marketing effort by the U.S. group to sell the service in Canada. There isn't a marketing effort by any U.S. group to sell to the 500,000 larger dish owners, but that doesn't mean there aren't other people in Canada who will find ways to do it themselves.

Mr. de Savoye: How large is the market in Canada for your type of service? How many corporations like yours could operate simultaneously in Canada and be able to compete successfully? What number is too many? Only one? Two, three—how many?

Mr. Kruyt: That's an interesting question that would require a guess to answer, because it estimates the size of the marketplace.

Mr. de Savoye: Surely you've done that.

M. de Savoye: Le satellite se contente donc d'envoyer un faisceau fermant. . .

M. Kruyt: Tout comme il active le décodeur, il peut le désactiver.

M. de Savoye: Toutefois, cela n'explique pas comment vous pouvez décrocher le marché gris. Vous devez entièrement contrôler la distribution de ces signaux aux États–Unis.

M. Kruyt: Nous y parvenons par des rapports contractuels avec l'organisation aux États–Unis qui permettent à la société canadienne, *Power DirecTv*, de dicter l'activation ou la désactivation de tout service à un décodeur canadien.

M. de Savoye: Peut–être que je ne vous comprends pas bien, mais vous nous dites là que nous avons dès maintenant la capacité d'empêcher les téléspectateurs canadiens de recevoir certains types de nos signaux mais que nous n'exercerons ce pouvoir que si nous avons le marché voulu au Canada. C'est bien ce que vous nous dites?

M. Kruyt: Nous n'en avons pas le pouvoir parce que nous ne participons pas au marché gris. Financièrement, rien ne nous incite à faire quoi que ce soit au sujet de quelque chose qui ne peut nous rapporter d'argent.

M. de Savoye: Mais s'il y avait un incitatif, vous le feriez.

M. Kruyt: Nous n'existerons en tant qu'organisation que si c'est jugé acceptable au Canada et que c'est réglementé dans le contexte de la politique de radiodiffusion.

M. Bell: C'est important. L'associé américain ne nous donne aucun pouvoir parce qu'il n'a pas besoin de nous pour fonctionner sur le marché gris. Nous n'avons donc aucun droit et nous n'en aurons aucun tant que nous ne serons pas autorisés à opérer dans ce pays et donc à contrôler l'activation et la désactivation. Ils ne nous donneront ce pouvoir que si nous pouvons commencer à exploiter ce marché au Canada. Ce n'est pas nous qui décidons; c'est eux.

M. de Savoye: Cette clarification est intéressante. Nous comprenons maintenant mieux quels sont vos rapports avec les fournisseurs américains.

M. Kruyt: J'ajouterai que le groupe américain ne fait pas de gros efforts pour vendre ce service au Canada. Il n'y aucun groupe américain qui s'efforce beaucoup d'obtenir la clientèle des 500 000 propriétaires de grosse antenne parabolique mais cela ne veut pas dire qu'il n'y a pas d'autres gens au Canada qui trouveront le moyen de le faire eux–mêmes.

M. de Savoye: Quelle est l'importance du marché au Canada pour ce type de service? Combien de sociétés comme la vôtre pourraient exploiter simultanément le marché au Canada dans un climat de saine concurrence? Qu'est–ce qui serait trop? Une seulement? Deux, trois. . . combien?

M. Kruyt: C'est une question intéressante à laquelle il est difficile de répondre avec certitude parce que l'importance du marché ne peut être qu'estimative.

M. de Savoye: Vous avez certainement fait des estimations.

[*Texte*]

Mr. Kruyt: Yes, but I couch it in that respect. I would estimate that there are about one million potential direct–to–home subscribers. In Canada there are currently about 900,000 primary homes and an additional one million secondary homes not receiving cable. Out of those homes there would probably be a million potential customers. We think that if there were two or three competitors, the market could support that.

Mr. de Savoye: You have a patent on your technology, but what would prevent another U.S. corporation from starting a new set of channels to get its own grey market with us?

Mr. Kruyt: Nothing. In fact there is a U.S. company called Echosphere, which has capitalized itself to the extent of $624 million, claiming that it will be launching a lower–cost direct–to–home service.

The Chair: In Canada or the United States?

• 2000

Mr. Kruyt: In the United States, which means in Canada too in the same way as a grey market. But we feel if we can demonstrate our solution to this ongoing problem as one in which Canadians can benefit by the different elements Joel referred to, it would be an appropriate model for other services to follow as well. Generally speaking, companies would rather work actively to market their service than passively.

M. de Savoye: Ai–je le temps pour une dernière question?

Le président: Juste une dernière question.

M. de Savoye: Je vous la pose en français. On parle beaucoup de contenu canadien. On parle beaucoup de protéger la culture canadienne. Quelle est la place que vous réservez à la programmation de langue française pour qu'elle soit reçue d'un océan à l'autre par les familles qui sont de langue française?

M. Kruyt: La question est pertinente parce qu'avec la capacité de notre satellite nous ne nous préoccupons pas de l'endroit où le signal est capté; nous comptons avoir à peu près autant de produits de langue française qu'il existe de systèmes de câble de moyenne envergure, au Québec. Ces produits vont donc être disponibles à travers le pays.

Mr. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Thank you, gentlemen, for a very confusing presentation. First of all, I want to follow up on the previous questions. I still don't quite grasp how you're going to stop the grey markets. Why can't I still buy this process and have it billed to my friend in the United States?

Mr. Bell: When the satellite instructs your system to call home to report its billing information, the number it calls from is identified. If you spend the money to probe the system, ask the question, and sweep the system, NI or number identification can throw up the information. If your call is from area 403 we know that's in Alberta and your screen will show you only the programs available. It won't show you everything Peter showed you. It will have a separate Canadian menu and will tell you what's available to you. Nothing else will be available to you. It will tell your box what it can and can't receive. Every box is individually instructable and addressable.

[*Traduction*]

M. Kruyt: Oui, mais ce ne sont que des estimations. Je dirais qu'il y a environ un million d'abonnés éventuels de services directs à domicile. Au Canada, il y a aujourd'hui à peu près 900 000 domiciles principaux et un million de domiciles secondaires qui ne reçoivent pas le câble. Là–dessus, il y aura probablement un million de clients éventuels. Nous estimons que s'il y avait deux ou trois concurrents, le marché pourrait les supporter.

M. de Savoye: Vous avez un brevet pour votre technologie mais qu'est–ce qui empêcherait une autre société américaine de lancer une nouvelle série de canaux pour obtenir son propre marché gris au Canada?

M. Kruyt: Rien. En fait, il y a une société américaine qui s'appelle Echosphere, au capital de 624 millions de dollars, qui a annoncé qu'elle allait lancer un service direct à domicile moins coûteux.

Le président: Au Canada ou aux États–Unis?

M. Kruyt: Aux États–Unis, ce qui veut dire également au Canada comme le marché gris. Mais nous estimons que si nous pouvons prouver que notre solution à ce problème qui n'est pas nouveau peut être avantageuse pour les Canadiens comme l'a indiqué Joel, ce serait un bon modèle à suivre pour d'autres services. De façon générale, les entreprises préfèrent commercialiser leurs services activement plutôt que passivement.

Mr. de Savoye: Do I have any time left for a last question?

The Chairman: Just one last question.

Mr. de Savoye: I will ask it in French. We always talk about Canadian content. We talk about protecting Canadian culture. What do you do to ensure that French–language programming is received from sea to sea by French–speaking families?

Mr. Kruyt: Your point is well taken because with our satellite we do not have to worry about where the signal is received; we intend to have roughly as much programming in the French language as there are medium–size cable systems in Quebec. These programs are therefore going to be available across Canada.

M. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Merci, messieurs, de cet exposé des plus obscurs. Tout d'abord, j'aimerais poursuivre un peu les questions qui viennent d'être soulevées. Je ne comprends toujours pas très bien comment vous allez mettre fin au marché gris. Pourquoi ne pourrais–je pas toujours acheter ce système et le faire facturer à mon ami aux États–Unis.

M. Bell: Lorsque le satellite commande à votre système de téléphoner pour fournir les renseignements pertinents sur la facturation, le numéro à appeler est connu. Si vous payez pour faire les recherches, posez la question et balayez le système, le numéro d'identification peut cracher ces renseignements. Si vous téléphonez de l'indicatif régional 408, nous savons que c'est l'Alberta et votre écran ne vous montrera que les programmes disponibles. Il ne vous montra pas tout ce que Peter vous a montré. Il aura un menu canadien distinct et vous dira ce qui est à votre disposition. Rien d'autre ne sera disponible. Il dira à votre décodeur ce qu'il peut et ne peut pas capter. Chaque décodeur est commandable et adressable individuellement.

[*Text*]

Mr. Hanrahan: How long do you think it will take, in terms of technological developments, for Canadians or the industry to figure out a way to beat the system?

Mr. Bell: We hope they won't find a way to beat the system. If they do, they beat our business. We've made a very serious commercial mistake if this proves to be beatable because it's our market that will go away on us and bypass us. It is our belief that with the digital technology and security system in place, and the plans for the random changing of the security access code and cards, we will maintain security on the system and therefore be able to police it.

Mr. Kruyt: We would have made a mistake, but General Motors would have made a $1 billion mistake because it wouldn't be paid for its satellite system.

Mr. Hanrahan: When I was looking at your screen I saw numbers over 500, right?

Mr. Kruyt: Yes.

Mr. Hanrahan: That implied there were more than 500 channels, or there was the capacity for more than 500 channels.

Mr. Kruyt: There are about 150 channels and not every channel number is being used. They divided it into series of 100s, 200s, and 300s to segregate types of services. From 101 to 199 is pay–per–view, but maybe 60 channels of that are being used for movies.

• 2005

Mr. Hanrahan: Of those potential 500, you were going to restrict the number that comes into Canada to approximately 50, was it?

Mr. Bell: At the moment, the eligible services from the U.S. number 13.

Mr. Hanrahan: Eligible as determined by the—

Mr. Bell: By the CRTC. Of those regarded as authorized U.S. services for distribution in Canada, there is a total of 13, if my memory is correct, on this list. There are two that will be coming off—one, the country music channel, will be taken off as of January 1, and the second, I think the weather channel, is headed for the same outcome. Therefore we'll have 11 U.S. services currently authorized for distribution in Canada, of that 45 or so on the list.

Mr. Hanrahan: So when we're looking at the mandate of our committee and the role of the CBC in a 500–channel universe, really what we're looking at from your perspective in terms of what you'd bet on is the role of the CBC in a how–many–channel universe, because you're blocking out the rest?

Mr. Bell: We're looking at a universe that would be in the order of 150, because we would block out, say, 35 or so of the 45 channels, but we would be adding Canadian channels.

Mr. Hanrahan: Oh, I see.

Mr. Bell: So the number of channels we would be offering in Canada would be pretty well comparable and potentially larger. If there were more specialty Canadian services authorized that we could carry, potentially there would be a greater number of Canadian channels. We expect to be offering at least the same total number of channels and maybe, indeed, slightly larger, over time, than is available in the U.S.

[*Translation*]

M. Hanrahan: Combien de temps pensez–vous qu'il faudra, du point de vue technologique, pour que les Canadiens ou l'industrie trouvent le moyen de déjouer ce système?

M. Bell: Nous espérons qu'ils ne trouveront pas le moyen d'échapper à ce contrôle. Sinon, ils nous échapperont aussi. Nous aurons commis une erreur commerciale très grave si on réussit à déjouer le système car c'est notre marché qui s'envolera. Nous estimons qu'avec la technologie numérique et le système de sécurité existant, sachant qu'il est prévu de modifier périodiquement le code d'accès de sécurité et les cartes puces, nous maintiendrons la sécurité du système et pourrons ainsi le contrôler.

M. Kruyt: Nous aurons fait une erreur, mais General Motors aurait fait une erreur d'un milliard de dollars parce qu'on ne lui paierait pas son système de satellite.

M. Hanrahan: Sur votre écran, je crois avoir vu des chiffres supérieurs à 500, n'est–ce pas?

M. Kruyt: Oui.

M. Hanrahan: Ce qui signifiait qu'il y avait plus de 500 chaînes ou qu'il y avait la capacité voulue pour plus de 500 chaînes.

M. Kruyt: Il y a environ 150 chaînes et l'on n'utilise pas tous les numéros de chaîne. On les a divisées en séries de 100, 200 et 300, selon le type de services. De 101 à 199, c'est le service à la carte, mais il y a peut–être 60 chaînes qui sont utilisées pour les films.

M. Hanrahan: Sur ces 500 chaînes possibles, vous allez limiter le nombre de chaînes disponibles au Canada à une cinquantaine, c'est bien cela?

M. Bell: À l'heure actuelle, il y a 13 services possibles qui viennent des États–Unis.

M. Hanrahan: Possibles d'après quel critère. . .

M. Bell: Autorisés par le CRTC. Si je ne m'abuse, il y a sur cette liste un total de 13 services des États–Unis dont la distribution est autorisée au Canada. Il y en a deux qui vont être retirés—d'une part, la chaîne de musique country à partir du 1er janvier et, également je crois, la chaîne météo. Il y aura donc 11 services américains dont la distribution sera autorisée au Canada sur les 45 environ qui figurent sur cette liste.

M. Hanrahan: Si l'on considère donc le mandat de notre comité et le rôle de la SRC dans un univers de 500 chaînes, ce que nous considérons en fait de votre point de vue, c'est le rôle de la SRC dans un univers de je ne sais combien de chaînes parce que vous empêchez la réception des autres?

M. Bell: Nous envisageons un univers de l'ordre de 150 chaînes parce que nous empêcherions la réception d'environ 35 des 45 chaînes mais en ajoutant des chaînes canadiennes.

M. Hanrahan: Oh, je vois.

M. Bell: Si bien que le nombre de chaînes que nous offririons au Canada serait assez comparable sinon plus important. Si nous pouvions transmettre plus de services canadiens spécialisés, il pourrait y avoir plus de chaînes canadiennes. Nous prévoyons offrir au moins autant de chaînes et peut–être en effet légèrement plus qu'aux États–Unis.

[*Texte*]

Mr. Hanrahan: You also suggested this is going to bring an enormous amount of money into Canada in terms of the programming—$150 million to $200 million in one area alone for Canadian production. Canadian films selling in the U.S. should be bringing in $50 million. This will provide more revenue for the CBC.

How do you see this being divided? Do you have some plan or formula you're going to use? For example, if the CBC receives less money from the Canadian government in terms of grants, they obviously have to make it up somewhere. This looks like an interesting area, but there would have to be some agreement, would there not, in terms of how that money would be split? What formula would you use?

The Chair: Who gets what and why?

Mr. Bell: I think the CBC and other broadcasters equally would be benefiting in two fashions. One, they would have a larger subscriber base as a result of the fact that the would-be grey market subscribers would be buying their services in linkage with the U.S. services they buy.

If we added 500,000 subscribers to the Canadian system, that $150 million to $200 million would be the total subscription revenues to the Canadian distribution and programming services. It would be divided up in the normal way these are. The program supplier gets something, the distributor gets something, and the program producer gets something in the normal market negotiating shares.

I suggested, I think, in my comments that the share will improve for the producer where he has a competitive environment in which to sell. Where he's not dependent on only one place to sell his service, he's likely to get a better balance in the deal, and where the cost of distribution is lower, he's likely to get a bigger share of the total revenue dollar from the household.

• 2010

There is a second way in which I think the CBC and other broadcasters would benefit. By the addition of a technology that has more channel capacity in Canada, they can mount other services. They can occupy a greater share or a greater number of channels domestically that people will subscribe for, that households will subscribe for.

Third, by selling programs or indeed selling entire services into the U.S. market, they will also realize revenues from the U.S. subscriber and U.S. advertisers. How the shares will break out will depend on the normal kind of market processes. There are certain averages today in the marketplace, where if you pay $1 to your cable company, typically—it ranges with different services and bargaining power—somewhere between 50% and 60%, maybe more, is kept by the cable company. That's the number that will tend to go down. The rest goes to the program supplier and he has some cost of his own, but among his costs are programs that he produces or buys, and he will pay the program supplier for those.

Mr. Kruyt: Could I try a shorter answer?

Mr. Hanrahan: Sure.

[*Traduction*]

M. Hanrahan: Vous avez également dit que cela allait rapporter énormément d'argent au Canada pour ce qui est de la programmation—de 150 à 200 millions de dollars dans un seul secteur pour la production canadienne. Les films canadiens qui se vendent aux États-Unis devraient rapporter 50 millions de dollars. Cela représentera davantage de recettes pour la SRC.

Comment pensez-vous que cela sera réparti? Avez-vous un plan ou une formule en tête? Par exemple, si la SRC reçoit moins de subventions du gouvernement canadien, il faudra évidemment qu'elle aille chercher de l'argent ailleurs. Cela peut sembler intéressant mais il faudra vraisemblablement que l'on se mette d'accord sur la façon dont cet argent sera réparti? Quelle formule utiliseriez-vous?

Le président: Qui a quoi et pourquoi?

M. Bell: Je crois que la SRC et les autres diffuseurs en profiteraient les uns les autres de deux façons. D'une part, cela leur donnerait plus d'abonnés puisque les abonnés éventuels au marché gris achèteraient leurs services en même temps que les services américains qu'ils achètent.

Si nous ajoutions 500 000 abonnés au réseau canadien, cela représenterait 150 à 200 millions de dollars de recettes d'abonnements pour les services de distribution et de programmation canadiens. Ce serait réparti comme ça l'est normalement. Le fournisseur de programmes touche quelque chose, le distributeur touche sa part et le producteur touche la sienne selon les parts normalement négociées.

Je crois avoir dit que la part du producteur augmentera lorsqu'il pourra vendre dans un climat de concurrence. Lorsqu'il n'aura plus un seul marché exclusif, il a des chances d'obtenir une meilleure part et lorsque le coût de distribution diminuera, il a des chances d'obtenir une part plus importante de la somme payée par l'abonné.

La SRC et d'autres diffuseurs pourraient en profiter aussi d'une deuxième façon. Grâce à l'ajout d'une technologie qui permet de diffuser davantage de chaînes au Canada, ils peuvent mettre sur pied d'autres services. Ils peuvent ainsi s'accaparer d'une plus grande partie des chaînes diffusées chez les abonnés.

Troisièmement, ils pourront obtenir des revenus auprès des abonnés et des annonceurs américains en vendant des émissions ou même une programmation complète. La répartition des chaînes dépendra des forces normales du marché. Le marché d'aujourd'hui offre certains avantages, car si vous versez un dollar à votre société de câblodistribution, une proportion de 50 p. 100 à 60 p. 100—parfois davantage, selon les différents services et le pouvoir de négociation—est retenue par la câblodistributeur. Ce pourcentage suivra une tendance à la baisse. Le reste est versé au fournisseur de l'émission, qui doit assumer ses propres coûts, entre autres le coût de production ou d'achat des émissions.

M. Kruyt: Puis-je essayer de répondre brièvement?

M. Hanrahan: Bien sûr.

[*Text*]

Mr. Kruyt: We looked at it from a fairly simplistic perspective. There are 500,000 backyard dishes out there today. This is the current old grey market, analogue grey market. This is the new digital grey market, and the world is going to move away from those backyard dishes that are six feet in diameter and move to a smaller–size dish. The hypothesis is that there would be about 500,000 of these small units in backyards. If they are getting only the American service, which is what we showed this evening, they are not buying Canadian services, they're not buying Newsworld—not Newsworld International. In fact, they are buying Newsworld International.

Mr. Hanrahan: You said that 500,000 are buying it?

Mr. Kruyt: They are. That's right. It's actually 525,000. It's 493,00, we think, but of course the numbers aren't that precise. If currently cable is paying Newsworld or the CBC 55¢ a sub, and you could add 500,000 subs, well, that would mean $3.5 million additional to the CBC per year. If you add up all the other programming services that are not being sold as a result of the linkage, which is not achievable in the grey market, but is achievable in the cable market, which escapes in the grey market, you would get to the numbers that Joel is referring to.

The Chair: Well, thank you. I think we're going to keep working away at this. Can I move over to Mr. Ianno, with the understanding that we'll come back.

Mr. Hanrahan: Fair enough, yes. I'm sure you're as confused as I am.

The Chair: I would like it to be noted that he provided this video cassette player, so he's probably way ahead of us on this.

Mr. Ianno: Thank you. I have been trying to skim through your brief, but I haven't got all the way through. In August you got permission from the CRTC. Is that what I read somewhere here?

Mr. Kruyt: No. I wish—

Mr. Ianno: That's what I thought. What was it referring to when it said August?

Mr. Kruyt: In March the CRTC issued a draft exemption notice, which essentially exempted Canadians wanting to get into the direct–to–home business if they met certain criteria. On August 30 they made the decision after having received submissions. They didn't receive a submission from us because we had not completed our contractual arrangement with DirecTv at that time. But on August 30 they made their decision, effectively excluding any service that was using the U.S. satellite or was not using exclusively the Canadian satellite.

• 2015

Mr. Ianno: I'm going to go with a different approach. If I were to purchase one of these for $950, then set up through you, what would be the cost to my household per month?

Mr. Bell: You want to buy the full array of services in the grey market. Is that your question?

[*Translation*]

M. Kruyt: Nous avons étudié la question sous un angle assez simple. À l'heure actuelle, il y a dans les jardins 500 000 soucoupes qui constituent le marché gris analogique. Il y a maintenant un nouveau marché gris numérique. De plus en plus, les grandes antennes paraboliques de six pieds de diamètre seront abandonnées au profit d'antennes plus petites. Nous nous sommes fondés sur l'hypothèse qu'il y aura environ 500 000 de ces petites antennes paraboliques en utilisation. Si ces antennes ne reçoivent que le service américain, ce que nous avons démontré ce soir, leurs utilisateurs n'achètent pas les services canadiens, ils n'achètent pas Newsworld—du moins pas Newsworld International. Ou plutôt, ils achètent Newsworld International.

M. Hanrahan: Vous dites que 500 000 abonnés achètent ce service?

M. Kruyt: Oui. C'est exact. En fait, il y en a 525 000. Il y en 493 000, pensons–nous, mais les chiffres ne sont pas très précis. Si les câblodistributeurs paient actuellement 55c. par abonné à Newsworld ou à la SRC, si l'on pouvait ajouter 500 000 abonnements, cela représenterait 3,5 millions de dollars par année de plus pour la SRC. Ajoutez à cela tous les autres services de programmation qui ne peuvent être vendus dans ce marché gris mais qui peuvent être offerts par les câblodistributeurs et vous arriverez aux chiffres que Joel a mentionnés.

Le président: Merci. Nous allons continuer d'étudier cette question. Puis–je maintenant donner la parole à M. Ianno, si nous convenons de revenir à vous par la suite?

M. Hanrahan: Cela me va. Je suis certain que c'est aussi incompréhensible pour vous que pour moi.

Le président: Je tiens à faire remarquer que c'est lui qui nous a fourni le magnétoscope. Il en connaît sans doute davantage que nous à ce sujet.

M. Ianno: Merci. J'ai essayé de lire votre mémoire en diagonale, mais je ne suis pas arrivé jusqu'à la fin. Vous avez reçu la permission du CRTC en août. C'est bien ce que j'ai pu lire dans votre mémoire?

M. Kruyt: Non. Permettez–moi. . .

M. Ianno: C'est ce que je croyais. Que s'est–il passé en août?

M. Kruyt: En mars, le CRTC a émis un avis préliminaire d'exemption qui a pour effet d'exempter de l'obligation d'obtenir une licence les Canadiens qui veulent offrir un service direct à domicile. Cette exemption est assujettie à certains critères. Le 30 août, le CRTC a rendu sa décision après avoir entendu les témoignages. Nous n'avons pas témoigné parce que nous n'avions pas alors terminé notre contrat avec DirecTv. Le CRTC a rendu sa décision le 30 août; dans cette décision, il excluait tout service transmis par le satellite américain ou qui n'était pas transmis exclusivement par le satellite canadien.

M. Ianno: Permettez–moi d'aborder la chose sous un autre angle. Si j'achetais cet équipement de 950$ et que je m'abonnais chez–vous, combien m'en coûterait–il par mois?

M. Bell: Vous voulez savoir combien il en coûterait si vous achetiez l'ensemble des services offerts sur le marché gris?

[*Texte*]

Mr. Ianno: No, I want to buy from you, if you got permission.

Mr. Bell: That will depend on what it is we are offering.

Mr. Ianno: What is it you're offering that most Canadians will be interested in purchasing?

Mr. Bell: We haven't in fact finalized our cost structure. We haven't bought the programming, so we don't know what that programming is going to cost us.

Mr. Ianno: What programming?

Mr. Bell: It's the Canadian program services that we would buy. We don't know at this stage enough about our cost base to really answer the question.

Mr. Ianno: So you didn't have a clue when you did your marketing study?

Mr. Bell: I can't say we don't have a clue. We know that we would come in at a price for any comparable package that will be below current cable prices.

Mr. Ianno: So it's $25 roughly a month. How about below cable?

Mr. Bell: We know what it is below cable. Today, $29.95 on the grey market system gets you 45 services and virtually one or two movie coupons free a month.

Mr. Ianno: Consider another 45. If I were to buy that from you at say $20 or $22, I would get 45 channels. How many pay–per–view services would I have out of the 45?

Mr. Bell: If you are talking about our authorized service, you'd get 10 or 11 U.S. services, whatever is authorized, the full array of Canadian services, and a Canadianized 100–channel pay–per–view service.

Mr. Ianno: Take the first two statements you made concerning the 11 and whatever other number you just said, is that pay–per–view or is that free for my $22?

Mr. Bell: No, that is a monthly subscription. You pay that and you get those 24 hours a day and 7 days a week for that monthly fee.

Mr. Ianno: How many channels?

Mr. Bell: We're probably talking in the order of 45.

Mr. Ianno: Let me go back to my original question. Of the 45, how many are pay–per–view services?

Mr. Bell: None. Those are all on a monthly subscription service.

Mr. Ianno: Would I receive CBC and Newsworld all the way through the system?

Mr. Bell: Yes.

Mr. Ianno: What payment do you propose, if we're looking for alternative sources to the CBC, aside from your contractual agreement with Trio and whatever else you decide to do, so that we have an incentive to suggest that this should be seriously looked at?

Mr. Kruyt: Correct me if I'm forgetting something, but the incentive would be eliminating the grey market, which therefore would increase the number of paying subscribers and viewers. The advertising revenue and the subscription revenue for the Newsworld and the FDE service—The Trio and Newsworld International services are going to have their audiences out of the United States, essentially.

[*Traduction*]

M. Ianno: Non. Combien en coûterait–il si je m'abonnais chez vous?

M. Bell: Cela dépendrait des services que nous vous offririons.

M. Ianno: Parmi vos services, lesquels intéresseront la majorité des Canadiens?

M. Bell: Nous n'avons pas encore établi de façon définitive notre tarification. Nous n'avons pas acheté la programmation et nous ne savons pas combien celles–ci nous coûtera.

M. Ianno: Quelle programmation?

M. Bell: Il s'agit de services de programmation canadiens que nous achèterions. A l'heure actuelle, nous n'en savons pas encore assez sur notre base des coûts pour pouvoir répondre à la question.

M. Ianno: Vous n'en aviez donc pas idée lorsque vous avez fait votre étude de marché?

M. Bell: Ce n'est pas que nous n'ayons pas une idée. Nous savons que pour des lots de chaîne semblables, nos prix seraient inférieurs aux tarifs actuels des câblodistributeurs.

M. Ianno: Il m'en coûterait donc environ 25$ par mois. Comment ce tarif peut–il être inférieur à celui des câblodistributeurs?

M. Bell: Nous savons qu'il est inférieur. Aujourd'hui, pour 29,95$ sur le marché gris, vous pouvez obtenir 45 chaînes et un ou deux films gratuits par mois.

M. Ianno: Supposons qu'il y en ait aussi 45 chez vous. Pour 20$ ou 22$, vous pourriez nous fournir 45 chaînes. Combien de services à la carte pourrais–je obtenir de ces 45 chaînes?

M. Bell: Dans le cas de notre service autorisé, vous obtiendriez 10 à 11 chaînes américaines, selon ce qui est autorisé, toute la gamme des chaînes canadiennes et un service à la carte de 100 chaînes canadianisées.

M. Ianno: Pour ce qui est de ces 11 chaînes et des autres chiffres que vous venez de mentionner, s'agit–il de services à la carte ou est–ce que cela vient gratuitement pour mes 22$?

M. Bell: Non, il s'agit d'un abonnement mensuel. Pour ce prix, vous obtenez chaque mois toutes ces chaînes, 24 heures par jour, sept jours par semaine.

M. Ianno: Cela représente combien de chaînes?

M. Bell: Il y en aurait probablement 45.

M. Ianno: Permettez–moi de revenir à ma question initiale. De ces 45 chaînes, combien font partie du service à la carte?

M. Bell: Aucune. Elles font toutes partie de l'abonnement mensuel.

M. Ianno: Pourrais–je ainsi recevoir la SRC et Newsworld?

M. Bell: Oui.

M. Ianno: Si nous essayons de trouver d'autres sources de revenus pour la SRC, quelle sorte de paiement proposez–vous, à l'exception de vos contrats avec Trio, etc, pour encourager un examen sérieux de la question?

M. Kruyt: Corrigez–moi si j'ai tort, mais l'élimination du marché gris constituerait une incitation suffisante, car elle permettrait d'augmenter le nombre des abonnés et des utilisateurs du service. Les recettes provenant de la publicité et celles provenant de l'abonnement à Newsworld et au service FDE. . . L'auditoire des services Trio et Newsworld International sera surtout concentré aux États–Unis.

[*Text*]

In fact, if we are successful—

Mr. Ianno: I understand the contractual side of it. When you do Trio, if I understand correctly, you are selling to American subscribers and you are getting a percentage out of that.

Mr. Kruyt: We're actually selling to anyone who has a dish, except if they are in Canada.

Mr. Ianno: Right, that is why I tried to limit it solely to Canadian subscribers.

I'm trying to figure out something. First, I think you alluded to the answer of the question of how many services were available. Is it only one right now in terms of the system of more than 158 channels, or are there two or three different companies along with the one that is going to be spending its $640 million to set up the system?

The Chair: Are the American rivals offering the same digitized—Is that what you are saying?

Mr. Ianno: Yes, that is what I'm trying to figure out.

Mr. Kruyt: There are plans and money seems to be in place—

Mr. Ianno: Would that be one other?

Mr. Kruyt: At least one other. One could say that the cable industry is in that business as well. They have a 39–inch dish. It is not a high–powered satellite; it is a medium–powered satellite—

Mr. Ianno: That would be a third group.

Mr. Kruyt: That would be third group, if you will.

• 2020

Mr. Ianno: How do you prevent the grey market if you set up at $22? I'm new to this system, but many people I know seem to buy a little box for $10 and get all the channels without paying anything to anybody.

Mr. Kruyt: That is a question that was already asked. That's more easily achieved in a world where the encryption is analog and we understand it, although we're not technically competent to respond how it exactly works. We have every reason to suspect it will not be broken in the digital world with the encryption technology being used.

News Corp, which is Murdoch's company, is doing the encryption, which is being accomplished separate from the digitalization and manufacturing of the box.

Mr. Ianno: I'm just using the big ploy as to why this should be used, because you will get rid of the grey market. If you are getting into the market and there are another two or three U.S. rivals, will you somehow be able to stop the grey market? If not, then what argument will you use next to say why your system should be put in place? I wonder what will happen to the 500,000 users of the dish. Are they all using? I don't know many who actually have an address in the States and use the system, yet many have the service.

[*Translation*]

Enfin, si nous réussissons. . .

M. Ianno: Je comprends ce que cela signifie du point de vue contractuel. Lorsque vous diffusez Trio, si je comprends bien, vous vendez ce produit aux abonnés américains et vous obtenez un pourcentage.

M. Kryut: En fait, nous vendons le service à toute personne qui possède une antenne parabolique, sauf celles qui sont au Canada.

M. Ianno: D'accord. C'est pourquoi j'essayais de limiter cela aux abonnés canadiens seulement.

J'essaie de comprendre quelque chose. Premièrement, vous avez fait allusion au nombre de services disponibles. Le système de plus de 158 chaînes compte–t–il plus d'un distributeur ou y a–t–il deux ou trois autres sociétés, en plus de celle qui dépensera 640 millions de dollars pour le mettre en place?

Le président: Est–ce que les sociétés concurrentes des États–Unis offrent le même service numérique. . . C'est bien ce que vous dites?

M. Ianno: Oui, c'est ce que j'essaie de comprendre.

M. Kruyt: Il existe des plans et il semble que les investissements soient déjà en place. . .

M. Ianno: S'agit–il d'une autre société?

M. Kruyt: D'au moins une autre. On pourrait même dire que le secteur de la câblodistribution y était également engagé. Les câblodistributeurs ont une antenne parabolique de 39 pouces. Il ne s'agit pas d'un satellite à haute puissance mais plutôt d'un satellite à moyenne puissance—

M. Ianno: Ils constitueraient un troisième groupe?

M. Kruyt: Si l'on veut.

M. Ianno: Comment pouvez–vous déjouer le marché gris, avec un tarif de 22$ par mois? Pour ma part, je ne connais pas très bien ce système, mais un grand nombre de personnes que je connais achètent un petit décodeur de 10$ qui leur permet de recevoir toutes les chaînes sans payer quoi que ce soit.

M. Kruyt: La question a déjà été posée. C'est plus facile si le codage est fait de façon analogique. Nous le comprenons, même si nous n'avons pas les compétences techniques pour expliquer comment cela fonctionne exactement. Nous avons toute raison de croire qu'à cause de la technique de codage utilisée, il sera impossible de pirater de cette façon les émissions numériques.

News Corp, qui est la société de Murdoch, fait le codage; cette opération est distincte de la numérisation et de la fabrication des décodeurs.

M. Ianno: J'essaie d'appliquer l'idée selon laquelle l'élimination du marché gris serait un incitatif. Si vous vous engagez sur ce marché et qu'il y a deux ou trois autres concurrents américains, serez–vous tout de même capables d'éliminer le marché gris? Sinon, quel argument pourrez–vous ensuite faire valoir pour justifier la mise en place de votre système? Je me demande ce qui se produira pour les 500 000 utilisateurs des soucoupes. Les utilisent–ils tous? Je ne sais pas combien d'entre eux possèdent réellement une adresse aux États–Unis et utilisent le système, mais nombreux sont ceux qui ont ce service.

[*Texte*]

Coming back to why I think this committee is set up, how will we somehow support CBC and allow all of these different systems to come into place, so Canadians will still have the content the CBC supplies from its programming, etc., that is required?

Mr. Bell: It should be clear we do not have the capacity to turn off the 500,000, or someone else who goes into business and sells in the grey market. However, two things are going to happen.

The 500,000 current backyard dish owners are receiving analog signals in old encryption systems that have been broken. A lot of these boxes are technically pirate or illegal decoders. The analog world is changing its encryption system today and will also go digital over time. More and more is being scrambled in a securely encrypted manner, so they will have to buy new digital boxes when things go to digital. At that point we will have a chance of retrieving them when they choose between replacing their current box at say $500 for their big dish or going to a new system for perhaps the same price or very little more and coming within this system. So we may be able to retrieve some of them that way.

Second, the only large, modern, digital, direct–to–home, multi–channel system in existence today is DirecTv. It's the real problem today. The others are being talked about. They're on the drawing boards but they are not currently in construction or in operation. They are forecasting being in operation down the road.

As Peter said earlier, we want to establish a viable model that permits a foreign U.S. satellite operator to operate in this country in a manner that permits him to be on the ground here and market here. Once he comes on the ground here and markets here, we have jurisdiction. He wants to be on the ground here and market here because he does better in the market. If we can show him how he can do that in a viable and compliant way, there's a chance the model might be followed by others. By being in the market now with a modern, compact system we are counting on occupying enough territory to pre–empt the ability of others to establish a large grey market by a back–door technique.

[*Traduction*]

Pour revenir à la raison pour laquelle ce comité a été mis sur pied, comment pourrons–nous aider la SRC et permettre la mise en place de tous ces systèmes différents de façon à ce que les Canadiens puissent encore jouir du contenu que la SRC offre dans sa programmation?

M. Bell: Soyons clairs, il ne nous est pas possible de bloquer le service offert à ces 500 000 personnes ou d'empêcher qui que ce soit de vendre ses services sur le marché gris. Mais il se passera cependant deux choses.

Les 500 000 propriétaires actuels d'antennes paraboliques reçoivent des signaux analogiques codés d'après les anciens systèmes, que l'on a réussi à déchiffrer. La plupart de ces décodeurs sont des appareils illégaux ou des appareils de piratage. A l'heure actuelle, la diffusion analogique est en train de changer son système de codage et passera avec le temps à la diffusion numérique. De plus en plus de chaînes sont brouillées avec un système de codage sûr et tous ces gens devront acheter de nouveaux décodeurs numériques lorsque la diffusion se fera de cette façon. C'est là que nous pourrons éliminer ce marché gris, lorsque ces gens devront remplacer leur appareil actuel, à un coût de 500$, supposons, pour leur grosse antenne parabolique, ou qu'ils devront se procurer un nouveau système du même prix peut–être ou peut–être un peu plus cher et qu'ils adhéreront à ce système–ci. Nous pourrons peut–être en récupérer un certain nombre de cette façon.

Deuxièmement, DirecTv est actuellement le seul grand réseau multichaîne moderne numérique de service direct à domicile. C'est le problème que nous avons en fait aujourd'hui. Les autres réseaux sont à l'étape de la conception, mais ils ne sont actuellement ni en construction ni en opération. On prévoit qu'ils fonctionneront à un moment donné.

Comme Peter l'a dit, nous voulons mettre en place un modèle viable qui permettra à l'exploitant d'un satellite américain de faire affaire au Canada en lui permettant de s'établir ici et de vendre chez nous ses services. Dans ce cas, nous aurons compétence sur ces services. Cet exploitant voudra s'établir ici parce que le marché lui sera favorable. Si nous pouvons lui montrer comment le faire de façon viable et conforme aux règles, il est possible que d'autres adoptent le même modèle. En mettant en place maintenant un système moderne et compact sur le marché, nous escomptons prendre suffisamment de place pour éviter que d'autres puissent, par des moyens détournés, créer un grand marché gris.

• 2025

Mr. Ianno: When we look at the cable companies, many of them do offer the community a channel and also participation in the system for production, etc. What will you be doing to offer Canadians the opportunity to have a voice?

Mr. Bell: The technology of direct–to–home is inherently national or North American in nature. It supplies its entire footprint. Canadian satellites are located over the equator, and U.S.–owned satellites are there as well. You can do certain things by the focusing of beams. In order to cover your own territory, you do spill over into others, but you are by your nature at least national and maybe international.

M. Ianno: Un grand nombre de câblodistributeurs mettent à la disposition de leurs abonnés une chaîne communautaire, un régime de participation à la production, etc. Qu'offrez–vous aux Canadiens pour leur permettre de se faire entendre?

M. Bell: Le service direct à domicile est, par nature, national ou nord–américain. Il couvre la totalité de son empreinte. Les satellites canadiens gravitent au–dessus de l'équateur, de même que les satellites appartenant aux Américains. Il est possible de concentrer les faisceaux, mais pour diffuser dans un territoire donné, il est inévitable d'empiéter sur d'autres territoires. Toutefois, par nature, le service est au moins national et peut–être international.

[*Text*]

Mr. Ianno: I don't know if you understood my question. In every community that has cable, we're getting our local school or whatever else. What will you be doing to make sure we achieve that?

Mr. Bell: What I was trying to come to was that by the nature of our technology, it is not an economic proposition to use a transponder that has that kind of footprint for, say, a single province, city or community. So we won't be uplinking—and no direct–to–home system will—

Mr. Ianno: In other words, the three million potential users who choose your system over cable will no longer have the ability to tap into their community.

Mr. Bell: They can, on an A–B switch, take off–air signals locally or cable signals locally. But by the nature of the technology—

Mr. Ianno: Is that stealing the cable?

Mr. Bell: No. You can buy into it.

Mr. Ianno: Is that in addition to your $22?

Mr. Bell: You could buy into whatever cable services you wanted or, by just the press of a button, you could take the local broadcast signals off the air. Local cable signals that originate locally—the local community channel—we will not economically be able to carry, because if we had to carry local community channels for every local community, we'd be using a satellite—

Mr. Ianno: So then the best way anybody can be serviced is only by the CBC from a national Canadian perspective.

Mr. Bell: The technologies will evolve where you might be able to carry regional and maybe eventually local signals. But with today's economics, no.

Mr. Ianno: We saw yesterday that the CRTC is a great advocate of the CBC. How will you be helping the CBC with alternate sources of funds? I don't want to use the term "sucking", but you're taking money from subscribers and taking them off the cable company that has community–based Canadian content. How do you give back?

Mr. Kruyt: I think there are two misconceptions. Number one, we don't see our target market as the cable market. The target market I referred to was homes not receiving cable today, of which there are a million, and secondary homes that don't have cable, of which there are another million.

The Chair: You mean the cottage and the chalet? The non–principal residences?

Mr. Kruyt: Right.

Mr. Ianno: That's similar to what Cancom uses?

Mr. Kruyt: Right. That's the current primary market for backyard dishes and it will be the primary market for small dishes as well. There's going to be some overlap, as there is today, in more urban areas, but there isn't a great incentive to leave cable companies unless they're doing a terrible job or there's a real problem, so we don't see that as our market.

[*Translation*]

M. Ianno: Je ne suis pas certain que vous ayez compris ma question. Dans chaque localité où il y a de la câblodistribution, l'école locale ou d'autres organismes peuvent diffuser des émissions. Que ferez–vous pour en faire autant?

M. Bell: Je voulais en arriver au fait qu'à cause de la nature de notre technologie, il ne serait pas rentable d'utiliser un transpondeur dont l'empreinte couvrirait une seule province, ville ou localité. Nous n'offrirons donc pas de liaison ascendante de ce genre—et aucun système de service direct à domicile ne pourra. . .

M. Ianno: Autrement dit, les trois millions d'utilisateurs éventuels qui abandonneront la câblodistribution pour vos services ne pourront plus avoir de chaîne communautaire.

M. Bell: Ils le pourront, grâce à un commutateur qui leur permettra de passer aux signaux locaux directs ou aux signaux locaux du câblodistributeur. Mais à cause de la nature de la technologie. . .

M. Ianno: Ne serait–ce pas pirater le câbloditributeur?

M. Bell: Non. Il est possible d'acheter ce service.

M. Ianno: En plus de votre abonnement de 22$?

M. Bell: Il serait possible d'acheter n'importe quel service de câblodistribution et, en poussant tout simplement un bouton, il serait possible de recevoir les émissions locales en signal direct. Il ne sera pas rentable de diffuser les signaux locaux de câblodistribution—la chaîne communautaire locale—parce que s'il fallait le faire pour chaque localité, il faudrait un satellite. . .

M. Ianno: Donc, dans une perspective nationale canadienne, le meilleur service ne passe que par la SRC.

M. Bell: Grâce à l'évolution technologique, il sera sans doute possible de transmettre un jour des signaux régionaux et même locaux. Mais à l'heure actuelle, ce ne serait pas rentable.

M. Ianno: Nous avons vu hier que le CRTC est un chaud partisan de la SRC. Comment aiderez–vous la SRC à trouver d'autres sources de financement? Je ne voudrais pas vous accuser de «siphonnage», mais vous prenez l'argent des abonnés et vous leur faites abandonner le câblodistributeur qui offre des émissions locales à contenu canadien. Que donnez–vous en échange?

M. Kruyt: Il semble y avoir deux idées fausses. Premièrement, nous ne visons pas le marché de la câblodistribution. Le marché que nous visons, c'est celui des foyers qui ne reçoivent pas encore la câblodistribution, et il y en a un million, et les résidences secondaires qui ne sont pas branchées à la câblodistribution, et il y en a un autre million.

Le président: Vous parlez des chalets, par exemple? Non des résidences principales?

M. Kruyt: C'est exact.

M. Ianno: Est–ce semblable à ce qu'utilise Cancom?

M. Kruyt: C'est exact. A l'heure actuelle, il s'agit du marché principal des grandes antennes paraboliques et ce sera aussi le marché principal des petites antennes. Tout comme aujourd'hui, il y aura un certain chevauchement, davantage dans les zones urbaines, mais cela n'encouragera pas beaucoup les consommateurs à abandonner les câblodistributeurs, à moins que ceux–ci soient très mauvais et qu'il y ait un problème. Leurs abonnés ne font pas partie de notre marché.

[*Texte*]

Mr. Ianno: So cable subscribers won't be more predisposed to come to you?

Mr. Kruyt: Not necessarily. They have to spend $700 or $900 to buy a dish, and you don't spend that when you subscribe to cable. So there's a start-up disincentive for this.

The other point I was making is the alternative to us is the grey market. The grey market is there, and we think it's going to continue with this new technology.

Mr. Ianno: As long as government does not find a way to combat it.

Mr. Kruyt: Right. So what we do is recapture that grey market. We're not removing something from the system; we're recapturing something that was lost in 1981 when we couldn't control it. Because of technology—because of encryption, addressability and a return phone line—we have a unique opportunity to recapture something that was lost before.

• 2030

Mr. Ianno: If the CRTC put in a provision that cable subscribers would somehow or other—you would pay a premium if they switched over to you. Since that's not the market you're going after, it wouldn't be so bad.

Mr. Bell: If you want to have a competitive alternative for the subscriber, I think you want a level playing field.

Mr. Ianno: But that's not the market, so—

Mr. Bell: It is not what we think is the prime market, but we think the market has to be everyone in Canada or you don't get the benefits of competitive stimulus.

Mr. Ianno: According to your estimates, you would still have $200 million just from the fees, never mind all the other factors from the 500,000 only.

Mr. Bell: If we were to capture 500,000, the program revenue from that would be $140 million to $200 million.

Mr. Ianno: According to your presentation, more than likely you will stop the U.S. from giving feed, because you're going to pay them on a contractual basis. So you're assuming you're going to get most of the 500,000 anyway.

Mr. Bell: Of the existing 500,000, we don't know, but if our market were 500,000 who would otherwise be in the grey market, then we would be capturing that amount of revenue that might otherwise go into the grey market.

Mr. Ianno: I think I may have lost you, but you're basically saying the 500,000 who are in the grey market—The presentation I think I heard was that you're going to prevent Canadians losing on an income basis—

Mr. Kruyt: It's lost today.

Mr. Ianno: Right, it's lost today and you're going to capture them because you're going to turn off the grey market. So you're going to have 500,000 subscribers, meaning $200 million pay-per-view.

[*Traduction*]

M. Ianno: Les abonnés du câble ne seront donc pas plus susceptibles de s'adresser à vous?

M. Kruyt: Pas nécessairement. Au départ, ils devraient pour cela dépenser de 700$ à 900$ pour acheter une antenne parabolique. Cette dépense n'existe pas s'ils s'abonnent au câble. Il y a donc au départ un élément de dissuasion.

L'autre chose, c'est que pour nous, l'alternative, c'est le marché gris. Ce marché gris existe et il continuera d'exister malgré cette nouvelle technologie.

M. Ianno: Du moins tant que le gouvernement ne trouvera pas le moyen de l'éliminer.

M. Kruyt: C'est exact. Nous essayons donc de récupérer ce marché gris. Nous n'enlevons rien au système; nous récupérons ce qui a été perdu en 1981, alors que nous n'avions aucun contrôle. Grâce à la technologie—grâce au codage, à l'adressabilité et aux lignes téléphoniques de retour—nous avons une excellente occasion de reprendre ce qui a été perdu.

M. Ianno: Si le CRTC adoptait une disposition concernant les abonnés au câble... vous paieriez une prime s'ils optaient pour vous. Comme ce n'est pas le marché que vous recherchez, ce ne serait pas si mal.

M. Bell: Si vous voulez que la concurrence joue pour l'abonné, il faut que les règles du jeu soient les mêmes pour tout le monde.

M. Ianno: Mais ce n'est pas votre marché, donc...

M. Bell: Pour nous, ce n'est pas le marché principal, mais nous estimons que dans l'intérêt de la concurrence, il faut que le marché soit ouvert à tous.

M. Ianno: D'après vos estimations, les droits vous rapporteraient encore 200 millions de dollars, sans parler du reste, avec 500 000 abonnés seulement.

M. Bell: Si nous en obtenions 500 000, les recettes de programmation seraient de 140 millions de dollars à 200 millions de dollars.

M. Ianno: D'après votre exposé, les Américains vont très vraisemblablement cesser d'alimenter notre marché puisque vous allez leur verser un montant contractuel. Vous considérez donc que vous allez récupérer la plus grande partie de ces 500 000 abonnés.

M. Bell: Nous ne savons pas combien nous en récupérerions sur ces 500 000, mais si nous avions un marché de 500 000 abonnés qui sinon profiteraient du marché gris, nous récupérerions les recettes correspondantes à ce marché gris.

M. Ianno: Je ne vous suis peut-être pas très bien, mais vous dites en gros que les 500 000 personnes qui profitent du marché gris... Si j'ai bien compris votre exposé, vous voulez éviter une perte de revenu pour les Canadiens...

M. Kruyt: C'est une perte actuellement.

M. Ianno: C'est exact, et vous allez récupérer ces abonnés en mettant fin au marché gris. Vous allez donc avoir 500 000 abonnés, ce qui vous donnera des recettes de 200 millions de dollars pour la télévision à la carte.

[*Text*]

Mr. Kruyt: No.

Mr. Bell: If we are successful at 500,000, it would amount to $150 million to $200 million total.

Mr. Ianno: Right.

The Chair: There are two sets of 500,000, as I understand it. Set 1 is the old guys and set 2 is the new guys—

Mr. Ianno: Which could mean as much as $2.5 million.

The Chair: But some of the old guys may come over as the analog people begin doing their thing.

Mr. Ianno: Perhaps we might move along. I think I've got it, so let's—

Mr. Bell: We may have left out one part of an answer to your question. The question was whether we are going to be doing anything else for Canadian program production benefits. We are exploring ideas of other Canadian content ideas, where we could be supportive of additional production and services within this country. We are exploring support ideas—

Mr. Ianno: But you haven't formalized or crystalized yet?

Mr. Bell: No, and this will depend in part on the give and take with the CRTC and the government.

The Chair: Thank you.

Monsieur de Savoye, avez–vous des questions? On va faire le va–et–vient.

M. de Savoye: Merci, monsieur le président.

I'll resume a few things and then we'll talk about money, because after all that is the bottom line.

You're a purveyor of a private satellite offering teleservices of every kind. We're talking about TV, but basically you could provide any other kind of services that could be beamed down and answered through a telephone line.

After buying the box, the buyer becomes your customer. You will invoice the buyer monthly, whether he uses the system or not. Is that right?

Mr. Kruyt: If he decides to stop purchasing the system, he or she can do that at any time.

Mr. de Savoye: But will you buy back the box?

Mr. Kruyt: No.

Mr. de Savoye: Okay. This individual who has your box could switch to his local cable purveyor or could go to the airwaves, or if you had a competitor offering a similar box, he could go to that alternative box. Is that right?

Mr. Kruyt: Yes.

Mr. de Savoye: In offering your service, especially on the pay–per–view and at an interesting price, you're competing head on with the video store. So there's an incentive, even in the cities, for people to get such a dish. It's small and I could put it right by my house. Even a condo with a little bit of balcony is enough, inasmuch as I have a view of the sky. I need a view of the sky.

[*Translation*]

M. Kruyt: Non.

M. Bell: Si nous réussissons à récupérer 500 000 abonnés, les recettes représenteront de 150 millions de dollars à 200 millions de dollars en tout.

M. Ianno: C'est cela.

Le président: Si je comprends bien, il y a deux groupes de 500 000 personnes. D'une part, il y a les anciens et d'autres part, il y a les nouveaux. . .

M. Ianno: Ce qui veut dire que les recettes pourraient aller jusqu'à 2,5 millions de dollars.

Le président: Mais certains des anciens pourraient embarquer quand la technologie analogique se mettra à bouger.

M. Ianno: Nous pourrions peut–être passer à autre chose. Je pense que j'ai compris, et par conséquent. . .

M. Bell: Nous avons peut–être omis une partie de la réponse à votre question. Vous vouliez savoir si nous allions faire quelque chose d'autre pour avantager la réalisation de programmes canadiens. Nous réfléchissons à diverses autres formules de contenu canadien dans le cadre desquelles nous pourrions apporter notre aide à de nouveaux services et de nouvelles réalisations au Canada. Nous y réfléchissons. . .

M. Ianno: Mais vous n'avez rien de concret encore?

M. Bell: Non, cela dépendra en partie des compromis que le CRTC et le gouvernement seront prêts à accepter.

Le président: Merci.

Mr. de Savoye, do you have any questions? We will go back and forth.

Mr. de Savoye: Thank you, Mr. Chairman.

Je vais résumer quelques points et nous parlerons ensuite d'argent, car au fond c'est vraiment de cela qu'il s'agit.

Vous fournissez toutes sortes de services de télécommunications privés par satellite. Nous parlons ici de télévision, mais vous pourriez en fait retransmettre toutes sortes de signaux sur une ligne téléphonique.

Une fois qu'il a acheté le décodeur, l'acheteur devient votre client. Vous allez lui facturer un abonnement mensuel, qu'il utilise ou non vos services, n'est–ce pas?

M. Kruyt: S'il veut interrompre son abonnement, il peut le faire quand il veut.

M. de Savoye: Vous lui rachèterez le décodeur?

M. Kruyt: Non.

M. de Savoye: Bon. L'abonné qui aura votre décodeur pourra donc se brancher sur son câblodistributeur local ou sur les ondes, ou si un de vos concurrents lui propose un décodeur analogique, il pourra opter pour ce concurrent. C'est bien cela?

M. Kruyt: Oui.

M. de Savoye: Le service que vous proposez, en particulier les films à la carte facturés à un prix intéressant, concurrence directement les magasins de vidéo. Vous allez donc inciter les gens, même en ville, à se procurer la soucoupe. Elle est de petite taille et je pourrais très bien en avoir une dans ma maison. On peut même l'installer sur la terrasse d'un appartement si le ciel est visible. Il faut tout de même pouvoir voir le ciel.

[*Texte*]

[*Traduction*]

• 2035

So you'll be making from every one of these people a basic monthly fee, plus all those pay–per–views. Ultimately, that gives you your revenue. How many corporations will divide among themselves this revenue here in Canada and in the States?

Could you tell us who the partners are? If you know what their cut or their share will be, can you inform me of this?

Mr. Kruyt: Well, in the case of the authorization of Power DirecTv service, there would be two organizations receiving revenue. One organization would receive the revenue from the consumer, and that is the company Power DirecTv. That company in turn would pay the program supplier. In the case of movies it would be the producers. It would be, for an American movie, probably one of the big studios. The split that exists depends on contractual negotiated arrangements.

Mr. de Savoye: Let me be more specific. You are based in Canada. You invoice the customer. Let's say the customer sends you $20, just to make it a small number. You have to pay the satellite owner. You have to pay the corporation that beams the signal up to the satellite. You have to pay the corporation that sends down the signal to this machine so it phones back for the invoicing. How many corporations will be involved? What's the hierarchy of all this? Where is the money flowing? How much money will stay in Canada? How much money will flow out of Canada? Import, export—the balance of payments is important in this country. How do we make out on this?

You're selling Canadian signals in the States, I understand, so let's go a little bit further. Are we a net gainer or a net loser? You have those numbers, I'm sure.

Mr. Kruyt: Well, I think the fast answer is that today we're a net loser, because none of it is coming into Canada. All that money would come through a Canadian company in the scenario we're designing. The top–line number would come through. Obviously, expenses have to be paid for the different services that are being provided. The satellite is already in the sky; the uplink centre for the U.S. services is built. There will be an uplink centre in Canada for the Canadian services. They will have to be paid.

There will be program services, such as CNN in the U.S., which will have to be paid. YTV and TSN in Canada will have to be paid for their services. So depending on where the expense is, that's where the money goes.

Currently, everybody in the grey market is sending their cheque in U.S. dollars to the U.S. Nothing is sticking here. Nothing is coming close to here.

It's a net gain. It has to be only a net gain.

Mr. de Savoye: That's what you say. I'm not convinced, because I don't have these numbers.

Mr. Kruyt: Subscribe and see where your cheque goes.

Mr. de Savoye: You have to take into account that the money you'll receive won't be received by the local video store, and we here have to encompass a larger vision than your own set of corporations.

Par conséquent, tous ces abonnés vont payer un abonnement mensuel plus le montant des films à la carte. Voilà pour vos recettes. Combien de sociétés vont se diviser ces recettes au Canada et aux États–Unis?

Pouvez–vous nous dire qui sont les divers associés? Pouvez–vous me dire quelle sera la part de chacun d'eux?

M. Kruyt: Si le service de Power DirecTV est autorisé, deux organisations percevront les recettes. Il y en a une qui touchera directement les montants versés par les consommateurs, c'est la société Power DirecTv. Celle–ci paiera les fournisseurs d'émissions. Dans le cas des films, ce sera les réalisateurs. S'il s'agit par exemple d'un film américain, ce sera probablement l'un des grands studios de cinéma. Les pourcentages dépendront des conditions contractuelles négociées.

M. de Savoye: Soyons plus précis. Vous êtes au Canada. Vous facturez le client. Supposons qu'il vous envoie 20$, pour prendre un montant peu élevé. Il faut payer le propriétaire du satellite. Il faut payer la société qui émet le signal vers le satellite. Il faut payer la société qui retransmet le signal du satellite à cette machine qui réémet un signal téléphonique pour la facturation. Combien de compagnies vont intervenir? Quelle sera la hiérarchie? Où va aller l'argent? Quel est le pourcentage de cet argent qui restera au Canada, ou qui partira à l'étranger? Les importations, les exportations, la balance des paiements, voilà des choses importantes pour notre pays. Quel va être le bilan final pour nous?

Je crois que vous vendez des signaux canadiens aux États–Unis, alors allons un peu plus loin. En fin de compte, allons–nous être gagnants ou perdants? Je suis sûr que vous avez ces chiffres.

M. Kruyt: Disons en un mot que pour l'instant, nous sommes des perdants, puisque nous n'obtenons pas un sou de ces recettes au Canada. Avec le scénario que nous envisageons, tout cet argent passerait par une société canadienne. C'est par ici que passerait le montant initial. Naturellement, il faudrait payer les divers services fournis. Le satellite est déjà sur orbite; la liaison montante pour les services américains est déjà construite. Il va y avoir un centre de liaison montante au Canada pour les services canadiens. Il faudra payer tous ces services.

Il faudra aussi payer des services de programmation tels que CNN aux États–Unis. Au Canada, il faudra payer YTV et TSN. Il y aura donc des versements en fonction des diverses dépenses.

Pour l'instant, tous les gens qui profitent du marché gris font leur versement en dollars américains aux États–Unis. Il n'y a pas un sou pour le Canada.

Il est donc évident que nous serons forcément gagnants.

M. de Savoye: C'est ce que vous dites. Je n'en suis pas convaincu car je n'ai pas ces chiffres.

M. Kruyt: Abonnez–vous et vous verrez où va votre chèque.

M. de Savoye: N'oublions pas que l'argent que vous allez recevoir, c'est de l'argent qui n'ira plus au magasin de films de video du coin, et que nous devons voir plus loin que votre simple groupe de sociétés.

[*Text*]

Money coming to you won't go elsewhere. Money will stop flowing in the States, it will flow through you, but how much of it will go back to the States?

Mr. Bell: I wanted to take your video store example. Today, that local video store receives your money. A significant part of that goes to the U.S. studio from which the bulk of his films come, and there's no Canadian content requirement on the video store.

When we offer those films we will keep a piece, obviously, of the distribution cost. If it's not a net gain for Canada, we're going to go bankrupt. We will be earning some money from this, but we will also meet Canadian content requirements on the films we offer. So we will increase the revenue stream for Canadian film producers and film distributors, because we will take a market that doesn't currently have a Canadian content constraint and shift some buyers who prefer the convenience of buying a film from their armchair instead of going down the road to the video store, buying within a Canadian content environment. The evidence of the buy rates and the ratings of Canadian films on television will enhance the benefits to Canadian programs, to Canadian film producers and distributors.

[*Translation*]

L'argent que vous récupérerez, c'est de l'argent qui n'ira plus ailleurs. L'argent n'ira plus directement aux États–Unis, il passera par vous, mais en fin de compte quelle est la proportion de cet argent qui aboutira quand même aux États–Unis?

M. Bell: Reprenons votre exemple du magasin de location de films video. Pour l'instant, vous lui versez votre argent. Une bonne partie de cet argent est reversée aux studios américains d'où proviennent la grande majorité des films, et les magasins de video ne sont pas tenus de respecter des normes de contenu canadien.

Quand nous proposerons ces films, nous conserverons évidemment une partie des frais de distribution. S'il n'y a pas un gain net pour le Canada, nous allons faire faillite. En fait, cette opération va nous rapporter de l'argent, mais en plus nous respecterons des normes de contenu canadien dans les films que nous proposerons. Nous allons donc accroître les recettes des producteurs et des distributeurs de films canadiens puisque nous allons pénétrer un marché qui à l'heure actuelle fait fi des règles de contenu canadien et nous allons attirer des acheteurs qui trouvent plus commode d'acheter un film sans quitter leur fauteuil plutôt que d'aller au coin de la rue au magasin de vidéo. Ces acheteurs se procureront donc leurs films sur un marché auquel s'appliquent les règles de contenu canadien. Le chiffre des ventes et la cote d'écoute des films canadiens présentés à la télévision rehausseront les avantages pour les émissions canadiennes, les producteurs et les distributeurs de films canadiens.

• 2040

So we will benefit in two ways: the distributor's revenue that the video store gets will stay in Canada and more Canadian films will be carried and bought.

Mr. de Savoye: I have one more question.

Every one talks about the information highway, an interesting feature that will affect eventually your own business. So let's put the same question in two different ways. In how many years do you feel you'll become obsolete or, otherwise, what is your amortization schedule?

Mr. Bell: There are probably two answers to the question. The first is that satellites, by their nature, have to be replaced once every 12 years or so. The average life of a satellite is estimated at about 12 years. So you reinvent yourself with the most modern of technology every 12 years.

The second answer I think is that we anticipate that satellites are a long–term part of any information infrastructure, particularly in a country like Canada. Large capacity fibre and redundant fibre across the country are there now and are going to increase. You will not fibre–pass every household or every community. If you're going to avoid a second–class citizen type of status for thinly populated or remote communities, where you can't justify economically running a high–capacity terrestrial system, you're going to want the information skyway as part of the information highway. So you link those communities to the big capacity infrastructure through a satellite that is distance insensitive.

Nous gagnerons donc de deux façons: les recettes des magasins de vidéo iront vers les distributeurs et resteront au Canada et un plus grand nombre de films canadiens seront transmis et achetés.

M. de Savoye: J'ai une autre question.

Tout le monde parle de l'autoroute électronique, un élément intéressant qui tôt ou tard aura un effet sur votre entreprise. J'aimerais vous poser la même question de deux façons différentes. Dans combien d'années pensez–vous devenir désuets ou, en d'autres mots, quel est votre plan d'amortissement?

M. Bell: Il y a probablement deux réponses à cette question. La première est que de par leur nature, les satellites doivent être remplacés tous les 12 ans environ. La durée de vie moyenne d'un satellite est évaluée à environ 12 ans. Vous devez donc vous réinventer à l'aide de la technologie la plus moderne tous les 12 ans.

La deuxième réponse est que nous prévoyons que les satellites feront pendant longtemps partie de n'importe quelle infrastructure de l'information, particulièrement dans un pays comme le Canada. Il y a déjà dans tout le pays des câbles en fibre à grande capacité et des câbles redondants et leur nombre va augmenter. On ne pourra pas relier tous les foyers et toutes les collectivités au moyen de ces câbles. Si on veut éviter de créer des citoyens de deuxième catégorie dans les collectivités à faible population ou éloignées, où un système terrestre à grande capacité n'est pas économique, il faudra que l'autoroute aérienne fasse partie de l'autoroute électronique. On pourra alors relier ces collectivités à l'infrastructure à grande capacité au moyen d'un satellite qui abolit les distances.

[*Texte*]

You also are going to use the satellite for its economic advantages in point-to-multi-point delivery. When you get to the world of video on demand and database in the community, which is a digital library that you access, the daily or hourly or current information that has to be put into that database will probably be distributed by satellite.

Third, when you want to introduce a new service or a new technology, if you want to introduce it terrestrially, you have to put it into every head-end. It takes time and a lot of money. Take the example of HDTV. The easiest way to introduce HDTV or any new cost-saving infrastructure or service enhancement infrastructure is to put it into one uplink. If you want to roll out HDTV across the country, it will take you years and hundreds of millions of dollars to facilitate every broadcast and receiving piece of equipment in the terrestrial system. Put one HDTV formatted signal up on a satellite, which is a dumb reflector—it just takes the signal and sends it back with amplification. It doesn't do anything more than that. It can provide to everyone within its footprint, the early adopters or the people who need the cost-saving technology or the new service, which has a few subscribers scattered everywhere but not enough in any one area to dedicate a channel and a terrestrial system—you can introduce those new things through one uplink.

The most economic, the fastest way for the introduction of new ideas and new technologies is going to be by satellite, which will then subsequently get rolled out terrestrially as the market penetration increases.

So we think it's a long-term thing that satellites are going to be here to do.

Mr. de Savoye: Am I right in saying that, if you use your broad band for TV and the phone line for the narrow band, you already have the information highway infrastructure in place?

• 2045

Mr. Bell: Yes. The bulk of the interactive services contemplated for the household involve 95% to 97% of the signals, according to the research that has been done, coming to the home or to the point of use—an office or a home—rather than going out, and only 3% to 5% go back the other way. That's not true for broad-band interactive video—

Mr. de Savoye: Will you operate those services?

Mr. Bell: —but for home shopping, for games, for a variety of the most common banking interactive services they don't need broad band two-way. The home phone line currently at its twisted-pair capacity is ample for the great bulk of interactive services but not all.

Mr. Kruyt: It's not in our business plan.

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): I'm not certain that I've understood anything this evening.

[*Traduction*]

On aura également recours au satellite à cause des avantages économiques qu'il présente pour la diffusion point à multipoint. Lorsqu'on en arrivera à la vidéo sur demande et aux bases de données communautaires, on aura affaire à une bibliothèque numérique et l'information qui sera ajoutée chaque jour ou chaque heure à cette base de données sera probablement distribuée par satellite.

Troisièmement, lorsque l'on veut introduire un nouveau service ou une nouvelle technologie, et si l'on veut utiliser un système terrestre, il faut l'ajouter à chaque centrale de contrôle. Cela prend du temps et beaucoup d'argent. Prenez l'exemple de la télévision haute définition. La façon la plus simple d'introduire la télévision haute définition ou n'importe quelle autre infrastructure visant à réduire les coûts ou à rehausser le service, c'est d'établir une liaison montante. Si on veut étendre la télévision haute définition dans tout le pays, il faudra pour cela des années et des centaines de millions de dollars pour faciliter l'adaptation de chaque diffuseur et de chaque récepteur du système terrestre. Si on envoie un signal adapté à la télévision haute définition vers un satellite, qui est un réflecteur passif, il ne fera que renvoyer le signal amplifié. Le satellite ne fait rien de plus que cela. À l'intérieur de l'empreinte d'un faisceau où il y a quelques abonnés très éparpillés mais pas assez d'abonnés concentrés dans une même région pour qu'on leur fournisse un canal spécialisé et un système terrestre, on peut offrir ces nouveaux services au moyen d'une liaison montante à tout le monde, à ceux qui adoptent rapidement une nouveauté ou à ceux qui ont besoin d'une technologie qui leur permet de réduire leurs coûts ou qui ont besoin d'un nouveau service.

Le moyen le plus économique et le plus rapide d'introduire de nouvelles idées et de nouvelles technologies sera le satellite. Ces nouvelles idées et technologies deviendront par la suite plus répandues à mesure que la pénétration du marché augmentera.

Nous pensons donc que c'est un service que les satellites nous rendront pendant longtemps.

M. de Savoye: Ai-je raison de dire que si on utilise la bande large pour la télévision et les lignes téléphoniques pour la bande étroite, l'infrastructure de l'autoroute électronique existe déjà?

M. Bell: Oui. D'après les recherches qui ont été effectuées, pour la plupart des services interactifs qu'on envisage d'offrir dans les foyers, 95 à 97 p. 100 des signaux seront reçus à la maison ou au bureau, là où le service est utilisé, et de 3 à 5 p. 100 seulement des signaux seront transmis dans l'autre sens. Ce n'est pas vrai pour la vidéo interactive à large bande. . .

M. de Savoye: Offrirez-vous ces services?

M. Bell: . . .mais pour le télé-achat, pour les jeux, pour plusieurs des services bancaires interactifs les plus courants, il n'est pas nécessaire d'avoir une large bande à deux sens. Les lignes téléphoniques résidentielles qui sont faites à l'heure actuelle en câbles à paires torsadées ont une capacité tout à fait suffisante pour la vaste majorité des services interactifs, mais pas tous.

M. Kruyt: Ce n'est pas dans notre plan d'entreprise.

M. Gallaway (Sarnia—Lambton): Je ne suis pas sûr d'avoir compris quoi que ce soit ce soir.

[*Text*]

The Chair: That's good.

Mr. Gallaway: Thank you. It may be normal.

I'm going to back up just a bit.

The Chair: To when you said "Good evening, ladies and gentlemen"?

Mr. Gallaway: I wasn't here for that. In any event, it's nice having Henny Youngman as a chairman.

Ten years ago, if I were to own a satellite dish, I received signals but I didn't pay anything for them. At some point, American satellite people started to scramble it. I could call up a guy down the street and pay him $10 a month—and this is a hypothetical situation—and he gave me the code numbers and, no problem, I received it. One day the Mounties dropped by on the guy down the street and closed him down temporarily. Under what authority were they operating when they did that? Under the old satellite technology?

Mr. Bell: Do you mean under what authority were they shut down?

Mr. Gallaway: Yes.

Mr. Bell: I don't know whether it was the Radiocommunication Act or the Telecommunications Act, the predecessor legislation of the ones in force today, a provision that required the licensing of every downlink. Every receiving dish required licensed authorization for operation in Canada. It was this that the government eliminated in 1981 or so.

They estimated there were about 50,000 of them in the country at the time and said we just cannot send the Mounties into 50,000 homes and say that system you have is illegal. So the regulation was changed saying that you do not require a licence to have a receive–only piece of equipment. That was the legislation under which they had operated and was changed, which then made it quite legal for each of us to have the receive–only equipment in the country.

Mr. Gallaway: But not paying for your signals—

Mr. Bell: Not paying for your signals is a different thing. That was and remains an illegal decoder. There were more, and are still some, services that are free to air, that are not scrambled, and therefore you don't need a code. If you have the equipment, you point your dish and you can see them.

That continues, but there are fewer and fewer every year, because you can't earn revenue from that. People are encrypting. They are then having to sell you codes. There are many decoder boxes; they're called chipped boxes. They have found the formula, if you like, the algorithm or whatever it's called, and have been able to break the code. They are technically illegal and their owners could be sued today.

The Chair: By whom?

Mr. Bell: They are at least infringing copyright, and I think they're also in violation of a statute. I think they're probably in violation of the Radiocommunication Act.

[*Translation*]

Le président: C'est bien.

M. Gallaway: Merci. C'est peut–être normal.

Je vais revenir en arrière un peu.

Le président: Jusqu'au moment où vous avez dit: «Bonsoir, mesdames et messieurs»?

M. Gallaway: Je n'étais pas encore arrivé pour ça. Quoi qu'il en soit, c'est bien d'avoir Henny Youngman comme présidente.

Il y a dix ans, si j'avais été propriétaire d'une antenne parabolique, j'aurais reçu les signaux sans rien payer. À un moment donné, les diffuseurs américains qui utilisent des satellites ont commencé à brouiller leurs émissions. J'aurais pu appeler un gars qui habitait au bout de la rue et lui verser 10$ par mois—c'est un cas purement hypothétique—et il m'aurait fourni les chiffres du code et j'aurais reçu les signaux sans problème. Un jour, la GRC a fait une descente chez ce gars et l'a mis hors d'affaires pendant quelque temps. En vertu de quels pouvoirs la GRC agissait–elle lorsqu'elle prenait de telles mesures? Au moment où on utilisait la vieille technologie des satellites?

M. Bell: Vous voulez savoir en vertu de quels pouvoirs la GRC a mis fin à ces activités?

M. Gallaway: Oui.

M. Bell: Je ne sais pas si c'est la Loi sur la radiocommunication ou la Loi sur les télécommunications, celle qui a précédé la loi en vigueur aujourd'hui, qui avait une disposition qui rendait obligatoire l'obtention d'un permis pour toutes les liaisons descendantes. Toutes les antennes paraboliques utilisées au Canada devaient être autorisées au moyen de permis. C'est cette exigence que le gouvernement a éliminée dans les environs de 1981.

Il estimait qu'il y avait environ 50 000 de ces antennes au Canada et qu'il était tout simplement impossible d'envoyer la GRC dans 50 000 foyers pour informer les gens que ce système était illégal. Il a donc modifié le règlement de sorte qu'il n'est plus nécessaire d'obtenir un permis pour les antennes de réception seulement. C'est cette loi que la GRC appliquait, mais elle a été modifiée de sorte qu'il est maintenant tout à fait légal pour chacun d'entre nous d'avoir une antenne de réception seulement.

M. Gallaway: Mais en ne payant pas pour les signaux. . .

M. Bell: Le fait de ne pas payer les signaux, c'est une autre affaire. Il faut pour cela un décodeur qui était et reste illégal. Il y avait davantage d'émissions qui étaient diffusées sans être brouillées, il y en a encore quelques–unes, et il n'est donc pas nécessaire d'avoir un code. Si vous avez une antenne parabolique, il vous suffit de l'orienter pour voir ces émissions.

Cela continue, mais il y en a de moins en moins chaque année, car ce n'est pas un service qui procure des revenus. On a maintenant recours au chiffrement qui vous oblige à acheter des codes. Il y de nombreux décodeurs pirates. Les gens ont trouvé la formule, si j'ose dire, l'algorithme ou je ne sais trop comment on l'appelle, et ils ont réussi à briser le code. C'est illégal et leurs propriétaires pourraient encore aujourd'hui être poursuivis.

Le président: Par qui?

M. Bell: À tout le moins, ils violent un droit d'auteur et je pense qu'ils sont également en infraction d'une loi. Je pense que c'est probablement une infraction à la Loi sur la radiocommunication.

[*Texte*]

Mr. Gallaway: I'm having a problem with this. I'll go back to the hypothetical dish. If I had a dish and I'm paying legally for the decoding, to whom does the money go? Where does it flow?

Mr. Bell: Probably the illegal decoder is—

Mr. Gallaway: I'm talking about a legal one now.

Mr. Bell: A legal one?

Mr. Gallaway: Yes.

Mr. Bell: It goes to a distributor of those services, and he pays the program suppliers. There are people in this country—and we have here something we found quite intriguing—who are very straight up about advertising the fact that they can sell you these services, that they can sell you a grey market service. They actually shade it in grey and call it grey market à la carte. These are the services that are not eligible for distribution in Canada. You pay them these fees and they pay something to these networks. They are straight-up players. They say you have to pay PST and GST and, by the way, if you haven't got a U.S. address, for $18 a year they will give you a U.S. address.

• 2050

This guy has, I am told, over 50,000 subscribers. He is a very legitimate player. He'll talk to you. He'll show you through his operation. He charges you the PST and GST and he pays the program suppliers for his subscribers. He's not an illegal player. He is legally paying for the service, selling it to you, and you're legally buying in the grey market the service he is selling.

Mr. Gallaway: Under the old regime, then, could you tell me whether there was one principal player in the market? I am talking about the legal market now.

Mr. Bell: No. There were a number of these distributors who would go around selling you a dish and a box. They'd take your monthly or annual fee under subscription and continue to provide you with that service by giving you a box they had decoded. There are a number of those across the country.

Mr. Gallaway: Is it primarily, then, American services that are being provided?

Mr. Bell: Yes.

Mr. Gallaway: Are they exclusively?

Mr. Bell: Out of the 500,000, 32,000 are buying the Canadian package and the rest are buying the U.S. services only, whether they are buying them from illegal decoded chips or them from legal sources in the sense that these people are paying the program suppliers.

Mr. Gallaway: But it is legal, is it not? Most of it can be legal. You can receive all these American signals.

Mr. Bell: Yes.

Mr. Gallaway: What control does the CRTC have over this industry?

Mr. Bell: They don't have any control over this kind of source. What the CRTC has said, and confirmed in a structural hearing and decision they issued in June 1993, was that if you pay your fee for these services, you are not acting illegally and they have no jurisdiction over you. That's because this is essentially operating outside Canada, and you are paying for it. You're not stealing anything.

[*Traduction*]

M. Gallaway: J'ai du mal à comprendre cela. J'en reviens à mon antenne hypothétique. Si j'ai une antenne et que je me procure légalement le code en payant, qui reçoit l'argent? Où va cet argent?

M. Bell: Le décodeur illégal est probablement. . .

M. Gallaway: Je vous parle maintenant d'un décodeur légal.

M. Bell: Un décodeur légal?

M. Gallaway: Oui.

M. Bell: L'argent va donc au distributeur de ces services qui, à son tour, paie ceux qui fournissent les émissions. Il y a des gens au Canada—et c'est quelque chose de très intriguant—qui annoncent très ouvertement qu'ils peuvent vous vendre ces services semi-clandestins. Ils parlent de services à la carte sur le marché gris. Ce sont des services qui ne sont pas distribués au Canada. Vous payez ces vendeurs qui, eux, versent une partie de cette somme aux réseaux. Ils le font très ouvertement. Ils prélèvent la TVP et la TPS et, soit dit en passant, si vous n'avez pas d'adresse aux États-Unis, ils vous en vendront une pour 18$ dollars par année.

On me dit qu'un de ces vendeurs aurait plus de 50 000 clients. Ses activités sont légitimes. Il ne se cache pas. Il vous expliquera en quoi consiste son entreprise. Il vous demandera de payer la TVP et la TPS et paiera les fournisseurs au nom de ses clients. Ce n'est pas un criminel. Il paie en toute légalité un service qu'il vous revend et vous achetez en toute légalité sur le marché gris les services qu'il vous vend.

M. Gallaway: Dans l'ancien régime, y avait-il un acteur principal sur le marché? Je parle du marché légal.

M. Bell: Non. Il y avait plusieurs distributeurs qui vendaient des antennes paraboliques et des décodeurs. En échange de frais d'abonnement annuels ou mensuels, ils vous fournissaient le service de décodage. Il y a plusieurs de ces décodeurs à l'échelle du pays.

M. Gallaway: Alors, essentiellement, on fournit des services américains?

M. Bell: C'est exact.

M. Gallaway: Exclusivement américains?

M. Bell: Sur ces 500 000 abonnés, 32 000 achètent de la programmation canadienne; les autres n'achètent que les services américains, que ce soit sous forme de puces décodées illégalement ou de sources légales, légales en ce sens que les fournisseurs de programmes ont été payés.

M. Gallaway: Mais est-ce légal ou non? C'est en grande partie légal. Vous pouvez recevoir tous ces signaux américains.

M. Bell: Oui.

M. Gallaway: Quelle sorte de contrôle le CRTC peut-il exercer sur cette industrie?

M. Bell: Le CRTC ne peut exercer aucune sorte de contrôle sur ce genre de sources. Le CRTC a déjà dit, et l'a confirmé dans la décision qui a suivi l'audience relative à la structure en 1993, que, si vous payez pour obtenir ces services, tout est légal et le CRTC n'a pas compétence, essentiellement parce qu'il s'agit d'entreprises étrangères et que vous payez pour obtenir leurs services. Vous ne volez rien.

[*Text*]

They have said that if you are in the DTH business and you market or bill subscribers in Canada, you are carrying on a service that is part of a system that includes activity in Canada and is part of a broadcasting system they have jurisdiction over, because you're doing something in Canada that is active and they claim jurisdiction over such players. Some people could challenge that, but that is the assertion they have made.

Mr. Gallaway: My last question would be, if an administrative body such as the CRTC has passively or expressly authorized this type of operation, in some way given an oblique blessing, what is the interest of the Government of Canada, through the auspices of the RCMP principally, to actively police the illegal market vis–à–vis the illegal chips, the illegal decoders, of American signals from American satellites? Why would we do that?

Mr. Kruyt: I think the answer is the bottom line that Mr. de Savoye referred to, and that is the cost–benefit. The cost to police it and the return don't justify the effort.

Mr. Bell: It is essentially not being policed today, but the magnitude of the market is 500,000 or 525,000 backyard dishes, and you can add a number of bars and hotels to that. It is a market that has a certain dimension. Our concern is that the dimensions of that market could explode, because it is what it is today for people who had to pay thousands of dollars and accommodate a 12–or 14–foot dish, maybe an 8 foot dish in some locations. With this kind of dish, at 18 inches and at a lower price, the size of that market could be a lot larger. So I think the level of concern should change as a matter of policy, but the law currently doesn't permit you to do that. And I think it is unlikely that the law is going to lead to us sending the RCMP around to 500,000 homes in this country.

• 2055

That's why we're saying that if you can find a way of harnessing it, turning it off and capturing it to advantage—financial advantage, Canadian content advantage and export advantage—it's a grand opportunity you ought to seize. I don't think we're going to be sending the RCMP into Mary's home to find this dish that could be on her back railing or, incidentally, could be looking south through the window, where you won't see it from outside; we won't be saying she's a criminal or is violating some law.

Mr. Gallaway: My final point is that as far as I know, the RCMP are after the fellow who's supplying the decoding illegally. What is the interest of the Government of Canada in doing that when he supplies the same services as this group?

Mr. Bell: Because it's theft of an American signal. You're taking property without paying for it.

Mr. Gallaway: So it's an infringement of copyright.

Mr. Bell: It's an infringement of property rights.

Mr. Ianno: Is that the same thing as in 1981 where the CRTC stopped suggesting policing?

Mr. Bell: It wasn't the CRTC that stopped, it was the government. It was the Minister of Communications who said it was unmanageable and couldn't be policed. It wasn't the CRTC that was policing it. It was the RCMP, who were enforcing the Radiocommunication Act, and it was the regulations under that act that were amended.

[*Translation*]

Le CRTC a aussi dit que les entreprises de diffusion directe qui facturent des abonnés au Canada dispensent un service qui fait partie d'un système comprenant des activités au Canada et, par conséquent, du système de radiodiffusion qui relève de la compétence du CRTC, parce qu'elles s'adonnent à des activités au Canada. Certains contesteront cette affirmation, mais c'est ce que prétend le CRTC.

M. Gallaway: Voici ma dernière question: si un organisme administratif tel que le CRTC autorise expressément ou passivement ce genre d'activité, s'il donne sa bénédiction implicite, pourquoi le gouvernement du Canada, par l'entremise surtout de la GRC, s'attaquerait–il au marché illégal, au marché des puces illégales, des décodeurs illégaux, des signaux américains provenant de satellites américains? Pourquoi le ferait–il?

M. Kruyt: M. de Savoye y a fait allusion tout à l'heure: c'est une question de coûts et d'avantages. Les avantages qui découlent de ces efforts n'en justifient pas le coût.

M. Bell: Les lois ne sont donc pas appliquées à l'heure actuelle. Mais il y a 500 000 ou 525 000 antennes paraboliques au Canada, auxquelles on peut ajouter celles de certains bars et hôtels. Ce n'est pas un marché négligeable et ce qui nous préoccupe, c'est qu'il pourrait exploser compte tenu de ce qu'il est aujourd'hui pour ceux qui ont eu à payer des milliers de dollars pour une antenne parabolique de 8, 12 ou 14 pieds. Avec ce genre d'antennes, d'antennes de 18 pouces à prix réduit, le marché pourra prendre de l'ampleur. Nous devrions nous en préoccuper, mais la loi actuelle ne nous permet pas d'agir. Je nous imagine mal envoyer la GRC dans 500 000 foyers du pays.

Voilà pourquoi nous disons qu'il faut trouver une façon de contrôler ce marché, d'en tirer parti du point de vue financier, du contenu canadien et des exportations. C'est une belle occasion que nous devons saisir. Nous n'avons pas envoyé des agents de la GRC chez Marie pour vérifier si elle a une antenne dans sa cour ou même à l'intérieur, devant sa fenêtre du côté sud. Nous n'allons pas la traiter de criminelle ou prétendre qu'elle viole la loi.

M. Gallaway: Voici ma dernière question: pour autant que je sache, la GRC traque les fournisseurs de décodeurs illégaux. En quoi le gouvernement du Canada serait–il interessé puisqu'il fournit les mêmes services que ce groupe?

M. Bell: Parce qu'il s'agit du vol de signaux américains. Ils s'approprient un bien pour lequel ils n'ont rien payé.

M. Gallaway: C'est donc une atteinte au droit d'auteur.

M. Bell: C'est une atteinte aux droits à la propriété.

M. Ianno: Ne se retrouve–t–on pas dans la même situation qu'en 1981, lorsque le CRTC avait suggéré de mettre fin aux mesures de répression?

M. Bell: Ce n'est pas le CRTC qui a mis fin à ces mesures, c'est le gouvernement. Le ministre des Communications avait alors déclaré qu'il était impossible d'appliquer la loi. Ce n'est pas le CRTC qui faisait appliquer la loi. C'est la GRC qui faisait appliquer la Loi sur la radiocommunication, et c'est le règlement d'application de cette loi qui a été modifié.

[*Texte*]

The Chair: We have three little questions.

Mr. Hanrahan: Mr. Chairman, in that this is technological and apolitical and a number of people have not had a chance to participate in the questions, I'm going to give up my questions.

Mr. McKinnon (Brandon—Souris): One small one. I gather you have a restricted menu, through your company, to be about the same delivery as a cable system. Correct?

Mr. Bell: Correct. We'd be offering, in subscription services, essentially what the best and biggest cable system offers, plus the larger capacity Canadianized pay-per-view service.

Mr. McKinnon: Technically, without CRTC regulation, you could in fact carry the maximum and deliver the maximum to your customers.

Mr. Bell: No, we cannot. We are a Canadian entity under Canadian laws and the Broadcasting Act.

Mr. McKinnon: Technically, you could.

Mr. Bell: Technically, we could, yes. The act could be enforced against us because we have put our business into a Canadian entity that is subject to enforcement in Canada.

Mr. McKinnon: Therefore, do you envision that we'll be entering into an area of deregulation in this industry at any time, with no CRTC as there is now?

Mr. Bell: I guess I'd be expressing a personal view. I think the paradigm of regulation should be changing to a more competitive, less protectionist approach. I don't think you can have a few distributors and a few program services, circle the wagons and protect the world—that Canadian world—when you have hundreds of channels that can lob over your border. However, in the interest of maintaining the carriage of Canadian signals and the flow of funds to finance Canadian services, I think we want to maintain a regulatory environment that says we want to use our muscle in Canada, that says to operate in this country you are required to carry a reasonable number of Canadian signals to Canadian households, because we don't want to simply be watching American television. So I think there is a role for policy in that area and it will require some form of administrative attention.

Mr. McKinnon: Thank you.

The Chair: Last question from Mr. de Jong.

Mr. de Jong (Regina—Qu'Appelle): Thank you very much Mr. Chairman. You are so kind.

• 2100

Mr. Hanrahan: Hey, I was the kind guy.

Mr. de Jong: Yes, you're right. I thank the Reform Party.

I have quite a few questions. I'm interested in exploring the relationship between the CBC and Power Broadcasting. I think it's an area that needs to be explored in some depth by this committee. It is new for the CBC. Given that the CBC is a public corporation with a certain mandate, entering into projects with a private company has to be of interest. In terms of this committee and the government, we have to determine what the ground rules are, whether those ground rules have been adhered to and what the public interest is in all this.

[*Traduction*]

Le président: Nous avons encore trois petites questions.

M. Hanrahan: Monsieur le président, puisqu'il s'agit de questions technologiques et apolitiques et que plusieurs membres du comité n'ont pas encore pu poser de questions, je cède mon temps de parole.

M. McKinnon (Brandon—Souris): J'ai une petite question. Si j'ai bien compris, votre entreprise offre un menu limité, qui est essentiellement celui du réseau de câblodiffusion, n'est-ce-pas?

M. Bell: C'est exact. Nous offrirons aux abonnés essentiellement ce qu'offrent les grands réseaux de câblodiffusion, ainsi que le service de télévision à la carte canadiennisé.

M. McKinnon: En théorie, si la réglementation du CRTC n'existait pas, vous pourriez offrir le maximum de services à vos clients.

M. Bell: Non. Notre entreprise est canadienne; elle est régie par les lois canadiennes et la Loi sur la radiodiffusion.

M. McKinnon: En théorie, cependant, vous pourriez.

M. Bell: Oui, en théorie. Mais nous sommes régis par la loi car notre société est canadienne et, par conséquent, assujettie aux lois du Canada.

M. McKinnon: Prévoyez-vous la déréglementation totale de votre secteur et la disparition du CRTC tel qu'il existe à l'heure actuelle?

M. Bell: Je vous ferai part de mon opinion personnelle. A mon avis, le régime réglementaire devrait être modifié; s'il était moins protectionnistes, notre secteur serait plus compétitif. Je ne crois pas qu'avec quelques distributeurs et quelques services on puisse protéger le Canada contre l'assaut des centaines de chaînes américaines. Toutefois, il importe d'assurer le maintien des signaux canadiens et la circulation des capitaux qui financent les services canadiens et, par conséquent, il faut prévoir une réglementation qui prévoit que, pour exploiter une entreprise de télécommunication au Canada, il faut diffuser dans les foyers canadiens un nombre raisonnable de signaux canadiens. Nous ne voulons pas regarder que la télévision américaine. Il y aurait donc lieu d'adopter une politique et des règles administratives à cet égard.

M. McKinnon: Merci.

Le président: M. de Jong posera la dernière question.

M. de Jong (Regina—Qu'Appelle): Merci beaucoup, monsieur le président. Vous êtes bien aimable.

M. Hanrahan: C'est moi qui suis aimable.

M. de Jong: En effet. Je remercie le Parti réformiste.

J'ai plusieurs questions pour vous. Je m'intéresse à la relation qui existe entre la SRC et Power Broadcasting. À mon avis, le comité devrait explorer cette relation en profondeur. C'est tout nouveau pour la SRC. Étant donné que la SRC est une société publique avec un mandat précis, il est normal que nous nous intéressions aux projet qu'elle mène avec des entreprises privées. Notre comité et le gouvernement doivent déterminer les règles de base et s'assurer que ces règles et l'intérêt public ont été respectés.

[*Text*]

So I'm going to roll a whole bunch of questions into one question. Given that Mr. Juneau started on this project many years ago, the taxpayers have invested a lot of money. What is the return to the taxpayers, to the Canadian public? What are the projected and actual cost revenues of Northridge, both Trio and Newsworld channels? How much compensation do board members and the chair of Trio Entertainment Incorporated receive? How long did members receive compensation? Does this include the CBC appointees? Is there not a conflict of interest for CBC management to be working on privatization while trying to maintain and defend its role as a public broadcaster? What are—

The Chair: I think I'm going to have to intervene because you're rolling out a great number of questions. If you—

Mr. de Jong: It is unfortunate, Mr. Chairman, that we weren't able to ask some of these questions a little earlier.

The Chair: You've actually asked them on previous occasions of several previous witnesses. In the interests of time and the spirit of the committee, I would like you to ask your most important question so that we may—Rather than have a list of questions that couldn't possibly be answered in the context of this meeting, I would ask that you put your question.

Mr. de Jong: It is interesting, Mr. Chairman, that whenever I broach this topic, you invariably either give me no time or you cut me off.

The Chair: I cut you off previously because you involved the names of people who were not here to defend themselves, Mr. de Jong.

Mr. de Jong: It's interesting how touchy you are on this area.

May major question is this. What are the projected and actual cost revenues of Northridge, for both Trio and Newsworld channels? What is the projected return to the public and to the taxpayers of its investment in this project?

Mr. Kruyt: They're the same as mine.

Mr. de Jong: It's a 50–50 split.

Mr. Kruyt: Correct.

Mr. de Jong: What did Power Broadcasting bring into the deal? What did the CBC bring into the deal?

Mr. Kruyt: The same thing—money and expertise.

Mr. de Jong: And space?

Mr. Kruyt: We happen to be situated in the CBC building. We had three bids, of which the CBC bid was not the lowest. We decided to rent in the CBC space because they encouraged us to do so with a couple of bucks per foot more. Because of the proximity, we thought it was probably worth doing it. We're very sensitive to the type of question you're asking. We could have been at 55 York, which is two blocks away from Front Street and York, for about $2 less.

[*Translation*]

Ma question en comporte en fait plusieurs. Compte tenu du fait que M. Juneau a lancé ce projet il y a bien des années, les contribuables y ont investi beaucoup d'argent. Qu'est–ce que les contribuables, le public canadien ont obtenu en retour? Quels sont les revenus réels ou projetés de Northbridge, c'est–à–dire des chaînes Trio et Newsworld? Quelle est la rémunération des membres et du président du conseil d'administration de Trio Entertainment Incorporated? Pendant combien de temps ont–ils été ainsi rémunérés? Ses membres comprennent–ils ceux qui ont été nommés par la SRC? N'y a–t–il pas conflit d'intérêts quand les gestionnaires de la SRC participent à un projet de privatisation tout en tentant de défendre son rôle de diffuseur public? Quels sont. . .

Le président: Je me dois d'intervenir parce qu'il y a là trop de questions à la fois. Si vous. . .

M. de Jong: Il est déplorable, monsieur le président, que nous n'ayons pas pu poser ces questions plus tôt.

Le président: Vous les avez déjà posées à plusieurs reprises à différents témoins. Pour gagner du temps et dans l'esprit de collaboration qui anime notre comité, je vous prierais de vous en tenir à votre question la plus importante, de sorte que. . . plutôt que de poser toute une liste des questions auxquelles les témoins ne pourraient répondre pendant cette séance–ci, je vous prierais de vous limiter à une question.

M. de Jong: Il est intéressant, monsieur le président, que vous refusiez de m'accorder du temps ou que vous m'interrompiez chaque fois que j'aborde le sujet.

Le président: Je vous ai interrompu auparavant parce que vous avez cité les noms de gens qui n'étaient pas ici pour se défendre, monsieur de Jong.

M. de Jong: Il est intéressant de noter à quel point vous êtes susceptible sur cette question.

Voici ma principale question :quels sont les revenus réels et projetés de Northbridge, pour les chaînes Trio et Newsworld? Quels sont les revenus projetés pour le public et les contribuables qui ont investi dans ce projet?

M. Kruyt: Les mêmes que pour nous.

M. de Jong: C'est–à–dire 50–50.

M. Kruyt: C'est exact.

M. de Jong: Quelle a été la contribution de Power Broadcasting? Quelle a été celle de la SRC?

M. Kruyt: Les deux entreprises ont apporté la même contribution, de l'argent et des connaissances.

M. de Jong: Et des locaux?

M. Kruyt: Nos locaux se trouvent dans l'immeuble de la SRC. Nous avons étudié trois offres; celle de la SRC n'était pas la meilleure. Nous avons néanmoins décidé d'y louer des locaux parce que la SRC nous a encouragés à le faire en réduisant le loyer de quelques dollars le pied. Nous nous sommes dit que ce serait une bonne idée en raison de la proximité. Nous sommes très sensibles aux questions que vous posez. Nous aurions pu nous installer au 55, rue York, à deux rues de l'intersection des rues Front et York, pour environ 2$ de moins.

[*Texte*]

The company is a privately owned organization with two types of shareholders, two different shareholders, and it is operating in a commercial way with equal input at the decision-making level by both partners. Frankly, it's working quite well so far.

Mr. Bell: And Northridge is buying service from CBC on commercial terms, as it buys from many others. It has 25 or more program suppliers. It buys programming from the CBC and others. It has provided a platform not only for the CBC to earn additional revenues in the export market, but also for a number of Canadian program producers and broadcasters to earn additional revenues in the export market.

[*Traduction*]

Notre entreprise est une société privée composée de deux genres d'actionnaires, deux actionnaires différents. Les décisions en matière d'activités commerciales sont prises par les deux partenaires. Et jusqu'à présent, ça fonctionne très bien.

M. Bell: Northridge achète des services de la SRC et de bien d'autres. Plus de 25 sociétés lui fournissent des programmes. Elle achète des émissions de la SRC et d'autres. Elle a permis non seulement à la SRC, mais à bien d'autres producteurs et diffuseurs de programmation canadienne, d'augmenter leurs revenus d'exportation.

• 2105

Mr. de Jong: I know. Let me put this on the record and make it very clear. I'm encouraged to see the CBC being innovative. However, as legislators, we also have a responsibility to make certain that taxpayers' money is going to be wisely spent. This is a whole new field for the CBC to enter into. I think there's some responsibility by legislators—that's us in this committee—to know what's happening.

Mr. Kruyt: Could I respond to say that it's not necessarily quite as dramatically different as one might suspect. The business of selling programming to markets outside of Canada has been one that the CBC has done for a number of years. Every other Canadian producer wants to do this. They want to sell to anybody who'll pay them any price. In that respect, international markets are not foreign to the CBC.

This is what we have done. Because there haven't been the kind of prices and the kind of attraction with either the CBC's product or a private sector product in the kind of volume either of those groups would prefer, the concept was to take it and put it into a package, market that package, and get more for it.

I may be telling a secret out of school, but I think it makes for transparency for your question. Our last deal was with the CBC. We established the market price for programming with every other supplier. I would beg you to speak to them to ask whether they are happy with the money they're receiving. I suspect the answer they'll give you is the same one they gave me: if we hadn't bought it, they wouldn't have sold it and they wouldn't have had any money for it.

We are today the largest buyer of Canadian programming, period. A 24-hour service or an 18-hour service for seven days a week is an incredible consumer of programming.

If we are successful, then we are not just going to be buying programming that's currently in the can, or produced, but we will be producing with Canadians, such as the CBC and others, and the money paying for that will all be flowing from the U.S.

Mr. de Jong: Will you be getting into production yourself?

Mr. Kruyt: We have to, to be successful down the road.

The Chair: Thank you very much. I thank you for a very stimulating evening. I think, as Monsieur de Savoye said, tomorrow seems to have arrived rather quickly today.

M. de Jong: Je sais. Permettez-moi d'expliquer clairement ce que j'ai à dire aux fins du compte rendu. Je trouve encourageant que la SRC fasse preuve d'innovation. Cependant, nous, les législateurs, devons nous assurer que l'argent des contribuables est dépensé sagement. La SRC se lance dans un tout nouveau domaine. Il nous incombe donc à nous, les législateurs—à nous les membres de ce comité—de savoir ce qui se passe.

M. Kruyt: Ces activités ne sont pas si nouvelles qu'on le croit. Depuis déjà plusieurs années, la SRC vend ses émissions sur les marchés étrangers. Tous les autres producteurs canadiens veulent en faire autant. Ils veulent vendre leurs produits à quiconque est prêt à en payer le prix. À cet égard, les marchés internationaux ne sont pas étrangers à la SRC.

C'est ce que nous avons fait. Parce que les produits de la SRC et du secteur privé n'ont pas attiré l'attention et les prix qu'ils méritent, parce que les ventes de ces produits n'ont pas été aussi bonnes qu'on l'aurait souhaité, on a pensé les regrouper, mettre en marché des lots d'émissions et obtenir ainsi davantage.

À mon avis, ça ne fait qu'accroître la transparence. Nous avons signé notre dernier contrat avec la SRC. Nous avons établi le prix du marché pour la programmation de tous les autres fournisseurs. Je vous invite à leur demander s'ils sont satisfaits des sommes qu'ils ont obtenues. J'imagine qu'ils vous diront ce qu'ils m'ont dit: Si nous n'avions pas acheté cette programmation, personne d'autre ne l'aurait fait.

Nous sommes maintenant le plus important acheteur de programmation canadienne. Une chaîne qui diffuse 24 heures par jour et une autre qui diffuse 18 heures par jour, sept jours par semaine, consomme énormément d'émissions.

Si nous réussissons, nous ne nous contenterons pas d'acheter les émissions qui existent, nous produirons des émissions avec des Canadiens, tels que la SRC et d'autres, et ce sont les Américains qui financeront la production de ces émissions.

M. de Jong: Vous allez vous lancer dans la production?

M. Kruyt: Il le faut si nous voulons prospérer.

Le président: Merci beaucoup. Je vous remercie; notre discussion de ce soir a été très stimulante. Je crois que, comme l'a fait remarquer M. de Savoye, demain est arrivé très vite aujourd'hui.

[*Text*]

See you tomorrow, friends, at 9 a.m.

The meeting is adjourned.

[*Translation*]

À demain, 9 heures, chers collègues.

La séance est levée.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid Port payé
Lettermail Poste-lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré-Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré-Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From Power Direct TV Corporation of Canada:

Peter Kruyt, President, Power Broadcasting Inc.;

Joel Bell, Chairman of the Board.

TÉMOINS

De «Power Direct TV Corporation of Canada»:

Peter Kruyt, président, Power Diffusion Inc.;

Joel Bell, président du conseil.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing, Public Works and Government Services Canada, Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition, Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa, Canada K1A 0S9

CA1
XC68
-E13

Governme
Publicatio

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 45

Thursday, November 17, 1994

Chair: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 45

Le jeudi 17 novembre 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of the Canadian Broadcasting Corporation

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la Société Radio–Canada

---

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

LIBRARY
JAN 9 1995
University of Toronto

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chair: John Godfrey

Vice–Chairs: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Associate Members

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidents: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakvillle—Milton)
Jan Brown (Calgary–Sud–Est)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Membres associés

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

THURSDAY, NOVEMBER 17, 1994
(52)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 9:11 o'clock a.m. this day, in Room 209, West Block, the Chair, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Bonnie Brown, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Suzanne Tremblay.

Acting Members present: Raymond Bonin for John Cannis; Karen Kraft Sloan for Glen McKinnon.

Associate Member present: Simon de Jong.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: Individual presentations: Colin Hoskins and Stuart McFadyen, Professors, Department of Marketing and Economic Analysis, Faculty of Business, University of Alberta; Wayne Skene, Author of Fade to Black: A Requiem for the CBC.; Gaétan Tremblay, Professor and Co–director of "Groupe de recherche sur les industries culturelles et l'informatisation sociale"; Marc Raboy, Full Professor, Communications Department, "Université du Québec à Montréal".

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee resumed its study of the Canadian Broadcasting Corporation (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Thursday, September 22, 1994, Issue No. 26*).

Colin Hoskins and Stuart McFadyen each made an opening statement, and answered questions.

Wayne Skene made an opening statement, and answered questions.

At 10:20 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 10:29 o'clock a.m., the sitting resumed.

Gaétan Tremblay made an opening statement, and answered questions.

Marc Raboy made an opening statement, and answered questions.

At 11:16 o'clock a.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE JEUDI 17 NOVEMBRE 1994
(52)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 9 h 11, dans la salle 209 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Bonnie Brown, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Suzanne Tremblay.

Membres suppléants présents: Raymond Bonin remplace John Cannis; Karen Kraft Sloan remplace Glen McKinnon.

Membre associé présent: Simon de Jong.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: À titre personnel: Colin Hoskins et Stuart McFadyen, professeurs, Département de marketing et d'analyse économique, Faculté de commerce, Université de l'Alberta; Wayne Skene, auteur de «Fade to Black: A Requiem for the CBC»; Gaétan Tremblay, professeur et codirecteur, Groupe de recherche sur les industries culturelles et l'information sociale; Marc Raboy, professeur titulaire, Département des communications, Université du Québec à Montréal.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité poursuit son étude de la Société Radio–Canada (*voir les Procès–verbaux et témoignages du jeudi 22 septembre 1994, fascicule nº 26*).

Colin Hoskins et Stuart McFadyen font chacun un exposé et répondent aux questions.

Wayne Skene fait un exposé et répond aux questions.

À 10 h 20, la séance est suspendue.

À 10 h 29, la séance reprend.

Gaétan Tremblay fait un exposé et répond aux questions.

Marc Raboy fait un exposé et répond aux questions.

À 11 h 16, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Thursday, November 17, 1994

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le jeudi 17 novembre 1994

• 0910

The Chair: Ladies and gentlemen, according to the weird and wonderful rules of these committees, when two or three are gathered together we may begin our proceedings, provided one of those persons is from the opposition. When six are gathered together it doesn't matter, apparently; we have a quorum and we can begin. If the opposition, of course, doesn't wish to appear within twelve minutes of starting time, I suggest we begin.

How do you like that for a series of theological invocations?

We have an action–packed morning. I am delighted to welcome people who have been names to us, but very influential names. Our first panel consists of a tag team of Colin Hoskins and Stuart McFadyen.

For those of us who have been doing our homework, we received some time ago a very important article, which they wrote a while ago, called "The Mandate, Structure, and Financing of the CBC". I think it was published in 1992. They tell me they have hot off the press; in fact, it is not even off the press yet. They have updated their arguments, and they're going to give us the outline of that.

Wayne Skene, who is the author of *Fade to Black: A Requiem for the CBC*, actually sent me this copy of the book back in February.

What we are finding in both cases is that as we go through the evidence about the future of the CBC, things that may have seemed wild and woolly and preposterous to us are now seeming more and more realistic. With the passage of time and the arrival of witnesses, you look more and more prophetic.

I'm going to ask each of you to make your opening remarks. I don't know how the two of you are going to do it. You're used to working together. Then we'll get right into the questions. We hope we'll be joined by our colleagues shortly. Welcome.

Professor Colin Hoskins (Individual Presentation): As you know, Stuart and I have done joint work on the CBC. Although we appear as separate panellists—

The Chair: You're actually joined at the hip?

Prof. Hoskins: —to avoid repetition, we really have a joint presentation. I'll present the first half of the presentation, and Stuart will present the second half.

Just to give you a bit of background on where we come from, we're both economists in the faculty of business at the University of Alberta. Of course, being economists, we're interested in efficiency. Being from Alberta, we don't believe in

Le président: Mesdames et messieurs, selon les règles bizarres et merveilleuses qui régissent les comités, dès que deux ou trois personnes sont présentes, nous pouvons commencer nos délibérations, pourvu que l'une de ces personnes représente l'opposition. Par contre, cela n'a apparemment pas d'importance si nous sommes six; à ce moment–là, nous avons le quorum et nous pouvons donc commencer. Puisque les représentants de l'opposition n'ont pas jugé bon de se montrer 12 minutes après l'heure de convocation, je propose que nous commençions.

Alors, que dites–vous de cette série d'invocations théologiques?

Nous avons un horaire très chargé ce matin. Je souhaite donc sans plus tarder la bienvenue à des personnes que nous ne connaissions que de nom, même si leur influence est très grande. Notre premier groupe de témoins est formé de Colin Hoskins et Stuart McFadyen.

Ils ne sont pas des inconnus pour nous puisque nous avons reçu il y a quelque temps un très important article qu'ils ont publié et qui est intitulé «Le mandat, la structure et le financement de la SRC». Je crois que cet article a été publié en 1992. Ils me disent qu'ils viennent tout juste de publier... Non, il n'est même pas encore publié. Ils ont rédigé une mise à jour de leurs arguments dont ils vont nous présenter les grandes lignes.

Wayne Skene, qui est l'auteur de *Fade to Black: A Requiem for the CBC*, m'a fait parvenir un exemplaire de son livre en février dernier.

Dans les deux cas, nous constatons qu'au fur et à mesure que nous avançons dans nos audiences sur l'avenir de la SRC, ce qui pouvait au début nous sembler extravagant, nébuleux et même absurde nous apparaît maintenant de plus en plus réaliste. Avec le passage du temps et l'audition des témoins, vous nous apparaissez de plus en plus prophétiques.

Je vais demander à chacun d'entre vous de faire un bref exposé. Je ne sais pas comment vous allez vous y prendre, vous êtes habitués à travailler en équipe. Ensuite, nous passerons aux questions. Nous espérons que nos collègues se joindront à nous bientôt. Vous avez la parole.

M. Colin Hoskins (présentation individuelle): Comme vous le savez, Stuart et moi avons travaillé en collaboration dans le dossier de la SRC. Même si chacun de nous comparaît à titre personnel,...

Le président: Vous êtes en réalité des frères siamois?

M. Hoskins: ...pour éviter de nous répéter, nous ferons une présentation conjointe. Je présenterai la première moitié et Stuart prendra le relais.

Je voudrais tout d'abord vous dire quelques mots au sujet de nos antécédents. Nous sommes tous deux économistes à la Faculté des affaires de l'Université de l'Alberta. Bien sûr, étant économistes, l'efficience nous tient à coeur. Comme nous

[*Texte*]

any new taxes or levies. You may be surprised, though—I hate to spoil the typecast here—nevertheless, even as economists from Alberta, we do believe that culture should be supported. In fact, we recently headed a group examining cultural development in an open economy for the SSHRC and the Department of Canadian Heritage.

[*Traduction*]

venons de l'Alberta, nous ne sommes pas partisans de nouvelles taxes ou droits. Néanmoins, vous serez peut-être étonnés d'apprendre—je m'excuse de gâcher le stéréotype—que même à titre d'économistes de l'Alberta, nous croyons qu'il y a lieu d'appuyer la culture. En fait, nous avons récemment dirigé un groupe qui a étudié l'essor culturel dans une économie de marché, à la demande du Conseil de recherches en sciences humaines du Canada et du ministère du Patrimoine canadien.

• 0915

In this presentation our argument will be that it is possible to restructure the CBC in a manner that permits it to fulfil a cultural mandate but at less cost. In addition, we have a suggestion for new sources of funding.

L'argument que nous présenterons dans notre exposé est qu'il est possible de restructurer la SRC de telle manière qu'elle puisse remplir un mandat culturel, mais à moindre coût. En outre, nous avons une suggestion à faire quant à de nouvelles sources de financement.

In the presentation we'll address the following questions, and we are really looking at these questions in the context of the main CBC television services. Do we still need a CBC? What is the rationale for public funding in a multi-channel environment? Is the CBC the best vehicle for public funding of television programs? What kinds of programming should the CBC be exhibiting? What structure should the CBC have? How should CBC signals be delivered? How should the CBC be funded?

Nous aborderons les questions suivantes, questions que nous plaçons dans le contexte des principaux services de télévision de la SRC. Avons-nous encore besoin d'une Société Radio-Canada? Comment justifier le financement public dans un environnement multichaîne? La SRC est-elle le meilleur instrument pour assurer le financement public des émissions de télévision? Quel genre de programmation la SRC devrait-elle diffuser? Quelle devrait être la structure de la SRC? Comment les signaux de la SRC devraient-ils être acheminés? Enfin, comment la SRC devrait-elle être financée?

Starting with the most basic question of all, do we need a CBC, we have to look at what the rationale is for public funding in a multi-channel environment. While a number of the traditional arguments for public funding no longer apply, we think there is one argument that still does apply. This argument is what, as economists, we call an external benefits rationale.

Commençons donc par la question la plus fondamentale de toutes, à savoir si nous avons encore besoin d'une Société Radio-Canada. Pour y répondre, il faudra d'abord se demander s'il est justifié de financer publiquement la télévision dans un environnement multichaîne. Si beaucoup d'arguments invoqués traditionnellement pour justifier le financement public ne s'appliquent plus, nous croyons qu'il y a un argument qui s'appliquent encore. Cet argument se fonde sur ce que les économistes appellent les externalités.

It is commonly assumed that television programs influence viewers and how they interact with others. The ongoing debate about violence on television is an example of that. However, if television programs can influence viewers for the bad, they can also presumably influence them for the good. External benefits apply to the latter case where benefits from a so-called good program accrue not only to the viewer directly but also to society as a whole because the viewer becomes a better citizen. Any program with this attribute will be under-supplied by private channels because private channels will not receive payment for provision of this benefit to society as a whole. It is important to note that this applies even to a pay channel. As presumed, the viewer will only be prepared to pay for the direct benefit he or she receives.

On suppose généralement que les émissions de télévision influencent les téléspectateurs et leur façon d'interagir. Le débat actuel sur la violence à la télévision en est un exemple. Toutefois, si les émissions de télévision peuvent influencer négativement les téléspectateurs; on peut supposer qu'elles peuvent également les influencer en bien. C'est là qu'entrent en jeu les externalités, c'est-à-dire les avantages d'une dite bonne émission qui reviennent non seulement aux téléspectateurs directement, mais aussi indirectement à la société dans son ensemble puisque le téléspectateur devient un meilleur citoyen. On peut s'attendre à ce que les émissions possédant un tel attribut ne soient pas diffusées en aussi grand nombre par les chaînes privées parce que ces dernières ne touchent rien pour dispenser cet avantage à la société dans son ensemble. Il est important de noter que cela s'applique même à la télévision payante. On peut en effet supposer que le téléspectateur n'est disposé à payer que pour les avantages qu'il reçoit directement.

Funding of a public service broadcaster such as the CBC is one approach to rectifying this under-supply of programs providing external benefits. The role of the CBC should be to provide such programs that leave Canadians better informed and more aware of Canadian cultural values.

Le financement d'un radiodiffuseur public comme la SRC est une méthode permettant de corriger cette sous-offre d'émissions comportant des avantages externes. Le rôle de la SRC devrait être de diffuser des émissions qui font en sorte que les Canadiens soient mieux informés et plus conscients des valeurs culturelles canadiennes.

[*Text*]

We look at what sort of programming might result in external benefits—the desirable side effects, if you like. One group of programming that might well result in such external benefits would be informational programming. Things like current affairs, documentaries and news programming may promote a population more informed on Canadian events and issues, and a Canadian perspective on foreign affairs.

Drama and children's programming may provide external benefits in the form of an increased awareness of Canadian themes. The external benefits argument, really, is consistent with the CBC's mandate to provide programming that contributes to a shared national consciousness and identity.

Of course, this has implications for what sort of programming the CBC should be doing. Presumably the programming should be Canadian. It should be high quality, and it should be focused in areas that are under–served by the private sector. The CBC's primary mandate should be provision of distinctive information, drama and children's programming that can be expected to provide external benefits.

There should more exchange of programming and co–production between the English and French networks of CBC. A policy decision in this direction would be more likely effective in contributing to a shared national consciousness and identity than many other types of programming. Of course, it also has implications not only for what sort of programming CBC should be showing but what sort of programming they should not be showing. They should move out of program areas that are unlikely to provide external benefits and/or are plentifully supplied by the private sector. We include categories they should get out of, and obviously one is U.S. light entertainment. We think they should get out of sport, at least professional sport. The CBC, of course, seems to be moving in the opposite direction.

[*Translation*]

Nous nous sommes demandé quel genre d'émissions pourraient comporter de tels avantages externes, ce que l'on pourrait appeler les effets secondaires souhaitables. Les émissions d'information sont un groupe d'émissions qui pourraient fort bien comporter de tels avantages externes. Les émissions d'actualité, les documentaires et les nouvelles peuvent contribuer à mieux informer la population sur les affaires canadiennes et les sujets de préoccupation au Canada, et aussi donner aux gens une perspective canadienne sur les affaires étrangères.

Les émissions pour enfants et les dramatiques peuvent comporter des avantages externes sous la forme d'une plus grande conscientisation au thème canadien. En fait, l'argument relatif aux avantages externes est conforme au mandat de la SRC qui est d'offrir des émissions qui renforcent le sentiment d'appartenance et l'identité nationale.

Bien sûr, cela comporte des répercussions quant au genre d'émissions que la SRC devrait diffuser. On peut supposer que ces émissions seraient canadiennes. Elles seraient de grande qualité et porteraient principalement sur des domaines qui sont moins bien servis par le secteur privé. Le mandat primordial de la SRC devrait être de fournir de l'information différente, des émissions pour enfants et des dramatiques dont on peut attendre qu'elles comportent des avantages externes.

Il devrait par ailleurs y avoir davantage d'échanges d'émissions et de coproductions entre les réseaux anglais et français de la SRC. Une décision politique en ce sens serait probablement plus efficace pour ce qui est de contribuer au sentiment d'appartenance et d'identité nationale que beaucoup d'autres types d'émissions. Bien sûr, il y a également des répercussions non seulement sur le genre d'émissions que la SRC devrait diffuser, mais aussi sur le genre d'émissions qu'elle ne devrait pas faire. La SRC devrait se retirer des secteurs qui ont peut de chance d'offrir des avantages externes et où le secteur privé a une forte présence. Dans cette catégorie, il y a évidemment les émissions de divertissement léger en provenance des États–Unis. Nous croyons que la SRC devrait se retirer du sport, tout au moins du sport professionnel. La Société Radio–Canada semble évidemment se diriger dans le sens contraire.

• 0920

Now, probably more controversial, we also think the CBC should get out of local and regional programming for a local and regional audience. What we're effectively talking about here, of course, is regional–cum–local news, weather, and sports programming. We believe that in most markets there are many substitutes for CBC television in this respect. These substitutes are provided not only by private television broadcasters but also by CBC and private radio stations and newspapers.

If we look at the structure of the CBC, of course if the CBC is no longer responsible for providing local or regional news, weather, and sports, it means that the local and regional broadcast production and transmission facilities are not required.

Voici maintenant un élément qui est probablement plus controversé: nous croyons également que la SRC devrait se retirer de la programmation locale et régionale s'adressant à un auditoire local et régional. Il s'agit essentiellement des nouvelles locales et régionales, de la météo et des nouvelles du sport. Nous croyons que dans la plupart des marchés, il y a beaucoup de solutions de rechange à la télévision de Radio–Canada dans ces domaines, non seulement les stations de télévision privées, mais aussi les stations de radio de la SRC et privées et aussi les journaux.

Voyons maintenant ce qu'il en est de la structure de la SRC. Bien sûr, si la SRC n'est plus chargée de diffuser des nouvelles locales et régionales, des bulletins météo et des nouvelles du sport, cela veut dire que l'on n'aura plus besoin

[*Texte*]

We believe the CBC's owned and operated station infrastructure should be dismantled and sold. The CBC can establish news bureaus to supply local and regional news of national significance to the national networks.

Another element of structure is the question of how much the CBC should be producing in–house and how much it should be buying from independent producers. We believe it would be more efficient for the CBC to in fact purchase most of its documentary and drama programming from independent producers. In many ways, for this type of programming we think the Telefilm Canada approach is a more efficient one. It's better to give more money to Telefilm Canada to provide financing for drama and documentaries done by the private sector. Then the CBC can buy that programming.

This would move the CBC of course closer to the channel 4 model in the U.K, which buys virtually all of its programming. Now, this model does work better for some programming than others. We would leave the news and current affairs to be produced by the CBC in–house.

I'll now let Stuart take over.

Professor Stuart McFadyen (Individual Presentation): I'd like to cover two issues: the question of signal delivery and one of the issues the committee is focusing on, which is the financing of the CBC.

On the question of signal delivery, framing the signal delivery issue in terms of broadcasting is in our view unduly restrictive. The real question is how Canadian cultural products, television programs, may best be distributed to Canadian viewers. Sale of the CBC–owned and –operated stations would mean finding a new delivery vehicle.

Cable companies—and, we'd expect in the near future, telephone companies—can provide efficient, low–cost distribution in urban areas. Cancom and other satellite services can do the same job in rural areas. Legislators and the CRTC should provide the CBC with the flexibility to choose the optimal delivery mode or modes. New private broadcast affiliates are not the answer because private affiliates are reluctant for financial reasons to exhibit the distinctive programming that should be the CBC's hallmark.

On the question of financing, advertising as a source of financing for the CBC should be eliminated. Reliance on advertising is not consistent with a mandate to provide distinctive programming. An illustration is the blanket live coverage of NHL play–offs and consequent unpredictable and inconvenient scheduling of *Prime Time News* and its predecessor, *The National* and *The Journal.*

[*Traduction*]

des installations de production et de transmission d'émissions locales et régionales. Nous croyons que l'infrastructure des stations qui appartiennent à la SRC et qui sont administrées par elle devrait être démantelée et vendue. La SRC peut établir des bureaux de nouvelles pour alimenter les réseaux nationaux en nouvelles locales et régionales ayant une importance nationale.

Un autre élément de la structure est la question de savoir quelle proportion d'émissions la SRC devrait produire à l'interne, par opposition aux émissions qu'elle achète à ses producteurs indépendants. Nous croyons qu'il serait plus efficace pour la SRC d'acheter la plus grande partie de ses documentaires et dramatiques à des producteurs indépendants. À bien des égards, nous croyons que le modèle de Téléfilm Canada est le plus efficace pour ce genre d'émissions. Il est préférable de donner davantage d'argent à Téléfilm Canada pour lui permettre de financer des dramatiques et des documentaires produits par le secteur privé. Ensuite, la SRC peut acheter ces émissions.

Cela rapprocherait évidemment la SRC du modèle de la chaîne 4 au Royaume–Uni, qui achète la presque totalité de ses émissions. Or, ce modèle fonctionne effectivement mieux pour certaines émissions que pour d'autres. Les nouvelles et les émissions d'actualité continueraient d'être produites à l'interne.

Je cède maintenant la parole à Stuart.

M. Stuart McFadyen (présentation individuelle): Je voudrais aborder deux questions: celle de l'acheminement des signaux et une question qui intéresse au premier chef le comité, à savoir le financement de la SRC.

Pour ce qui est de la transmission des signaux, placer cette question dans le contexte de la radiodiffusion est à notre avis trop restrictif. La véritable question, c'est de savoir quel est le meilleur moyen d'acheminer jusqu'aux spectateurs canadiens les produits culturels canadiens, les émissions de télévision. Comme les stations qui appartiennent à la SRC et qui sont gérées par elle seraient vendues, il faudrait trouver un nouveau mécanisme de transmission des signaux.

Les câblodistributeurs et très bientôt—faut–il croire—les compagnies de téléphone peuvent distribuer efficacement et à faibles coûts le signal dans les régions urbaines. Cancom et d'autres services de satellites peuvent en faire autant dans les régions rurales. Le législateur et le CRTC devraient fournir à la SRC la souplesse voulue pour choisir le ou les modes optimaux d'acheminement du signal. De nouveaux affiliés privés ne sont pas la solution, parce que les stations affiliées privées répugnent pour des raisons financières à diffuser les émissions distinctives qui sont la marque de la SRC.

Pour la question du financement, la publicité comme source de financement de la SRC devrait être éliminée. La dépendance envers la publicité n'est pas compatible avec le mandat d'offrir des émissions distinctives. À titre d'exemple, citons la retransmission intégrale des matchs éliminatoires de la LNH qui entraîne comme conséquence la diffusion à des heures imprévisibles et peu commodes du journal télévisé et de l'émission d'actualités qui suit.

[*Text*]

On the question of new sources of financing, if the CBC moves from being a broadcaster to being a programmer–publisher using distribution facilities provided by others, then the financial requirements will be smaller. We'd like to consider three sources of financing—taxes, license fees, and sales revenue from the sale of CBC stations and broadcast frequencies.

Regarding taxes, we understand a variety of levies and taxes on cable companies, telephone companies, movie tickets, private broadcasters, and sellers of consumer hardware, such as televisions, satellite receivers, and video cassettes, are being considered. The attraction of these suggestions is presumably that the funds would be generated within television or associated industries. However, they would nevertheless be in effect a tax on individual consumers that's likely unrelated to their consumption of CBC programming.

[*Translation*]

Au sujet des nouvelles sources de financement, si la SRC se transforme de radiodiffuseur en programmeur–éditeur, utilisant les installations de distribution fournies par d'autres, les besoins financiers seront moindres. Nous voudrions envisager trois sources de financement: les impôts, les droits de permis et les revenus provenant de la vente des stations de la SRC et des fréquences de diffusion.

Pour ce qui est des impôts, nous croyons savoir que l'on envisage actuellement une grande diversité de droits et de taxes qui s'appliqueraient aux câblodistributeurs, aux compagnies de téléphone, aux billets de cinéma, aux radiodiffuseurs privés et à la vente de biens de consommation comme les téléviseurs, les récepteurs de signaux satellite et les vidéocassettes. On peut supposer que l'attrait de ces diverses sources est que les fonds proviendraient du domaine de la télévision. Toutefois, il s'agirait quand même d'une taxe que l'on imposerait aux consommateurs et qui n'aurait probablement aucun lien avec leur consommation d'émissions de la SRC.

• 0925

Secondly, these would be earmarked taxes. Earmarking gets in the way of allocating tax revenues to the areas of greatest public need.

Thirdly, these taxes will typically be less progressive than the general tax revenue from which the CBC's parliamentary appropriation is drawn.

Of course, all this must be considered in the context of the high levels of taxes in Canada as compared with those of our free–trade partner, the United States.

Licence fees: An annual licence fee, usually a given amount per year per television set owned, is sometimes supported over an parliamentary appropriation on the grounds that it's an independent source of income. However, because it's the government that determines the level of fee permitted and enforces it, we're not persuaded there are significant advantages in this respect. In addition, a licence fee is more costly to administer and collect and, again, less progressive as a form of tax.

Finally, sales revenue from sale of stations and broadcast frequencies. If CBC–owned and –operated stations are shut down, they could be sold. The real estate alone in many cases would be valuable. The receipts from sales could be put in a CBC endowment fund. Income on this endowment fund could provide the CBC with an independent and secure source of operating funds. A measure of financial stability would be achieved without imposing any direct or indirect tax.

In closing, we should add that while we accept that some programming benefits society as a whole, it's important not to overstate the level of these external benefits or use them to justify too great a subsidy. If the cost of subsidy exceeds the value of the external benefits, there is government failure.

We suspect the current level of funding of the CBC is greater than can be justified. To determine whether this is so, our next research project will attempt to measure the benefits to individuals and to Canadian society from CBC programming.

Deuxièmement, ce serait des taxes à affectation spécifique, ce qui empêche d'affecter les recettes fiscales aux besoins les plus criants.

Troisièmement, ces impôts seraient généralement moins progressifs que les recettes fiscales d'où sont tirés les crédits parlementaires affectés à la SRC.

Bien sûr, tout cela doit être considéré dans le contexte du niveau élevé d'imposition au Canada, en comparaison de notre partenaire de libre–échange, les États–Unis.

Les droits de permis annuel, habituellement un montant fixe par année par téléviseur, sont parfois préférés aux crédits parlementaires sous prétexte qu'il s'agit d'une source de revenu indépendante. Toutefois, c'est le gouvernement qui fixe le niveau des droits et qui les perçoit, de sorte que nous ne sommes pas convaincus qu'il y ait des avantages importants de ce côté. En outre, un droit de ce genre est plus coûteux à administrer et à percevoir et, encore une fois, moins progressif que d'autres formes d'imposition.

Enfin, les revenus tirés de la vente des stations et des fréquences de diffusion. Si l'on ferme les stations qui appartiennent à la SRC et qui sont exploitées par elle, on pourrait les vendre. Bien souvent, l'immeuble à lui seul vaut beaucoup d'argent. Le produit de ces ventes pourrait être versé dans un fonds de dotation de la SRC, dont les revenus donneraient à la SRC une source indépendante et sûre de fonds de fonctionnement. On obtiendrait ainsi une sorte de stabilité financière sans pour autant imposer une taxe directe ou indirecte.

En terminant, nous devons ajouter que si nous reconnaissons que certaines émissions avantagent la société dans son ensemble, il importe de ne pas surestimer la valeur de ces avantages externes ni de s'en servir pour justifier une subvention exagérée. Si le coût de la subvention dépasse la valeur des avantages externes, le gouvernement a failli à sa tâche.

Nous soupçonnons que le niveau actuel de financement de la SRC dépasse le montant que l'on peut justifier. Pour vérifier cela, notre prochain projet de recherche visera à mesurer les avantages que les émissions de la SRC apportent aux citoyens et à la société canadienne.

[*Texte*]

In summary, our recommendation is for a scaled-down, distinctive CBC, with two national networks exhibiting programming consistent with an external benefits rationale. Continued use of advertising as a source of funds is not consistent with this vision. A suggested new source of funds is income from a CBC endowment fund created with the proceeds of the sale of owned and operated stations. This would supplement the parliamentary appropriation.

The Chair: Thank you very much.

I have a question of fact. When will your next study be available? Of course you're probably working at an appropriately academic pace, but. . . I can say that as a former academic.

Prof. McFadyen: As a former academic, you'll of course be aware—and it's a general issue—that when parliamentary committees bring witnesses, one of the problems is that the witnesses themselves are short of data, they're short of hard empirical analytical research, because of the scarcity of research funding. Our own efforts will of course be contingent on obtaining funding.

The Chair: Oh, I saw you. . . That's right. You were with those students with the big badges yesterday. Right. Okay.

Prof. McFadyen: Maybe we should have been.

The Chair: Wayne Skene, you're up to bat. I'm almost tempted to say what do you think of that? But I'll let you come to that later.

Mr. Wayne Skene (Individual Presentation): Mr. Chairman, I'd like to thank you for inviting me on this occasion.

As an introduction beyond the fact that I've written one or two books, the second one on airline deregulation policy. . .and it's just as critical of policy as the first was of the CBC. I spent about fourteen years, off and on, with the Canadian Broadcasting Corporation, beginning as writer, working as a producer and executive producer, and as director of one radio station. I've managed two television stations, one in Calgary and one in Vancouver. I was regional director for the province of Alberta.

In 1990 British author Anthony Burgess published the second volume of his autobiography. It began with an account of the frenzy of writing generated in Burgess by the news that he had, in 1959, only a year to live. The title was *You've Had Your Time*. Like Burgess, the Canadian Broadcasting Corporation, as it is currently structured and operates, has had its time.

• 0930

The central issue in the debate over the CBC is no longer whether the corporation has adequate funding. We passed that point long ago. The issue is now structural. Since 1978, almost $2 billion has been taken out of the organization, yet the basic structure, the framework of the organization and its operating style, remains largely intact from the late 1950s and the 1960s. It is an organization that is terribly inappropriate for today's circumstances.

[*Traduction*]

En bref, nous recommandons une SRC distinctive, de taille réduite, avec deux réseaux nationaux diffusant des émissions compatibles avec la notion des avantages externes. Le recours continu à la publicité comme source de fonds n'est pas conforme à cette vision. Nous suggérons comme nouvelle source de fonds le revenu tiré d'un fonds de dotation de la SRC créé avec l'argent provenant de la vente des stations appartenant à la société. Ces fonds viendraient compléter les crédits parlementaires.

Le président: Merci beaucoup.

Je voudrais demander une précision. Quand votre prochaine étude sera-t-elle publiée? Bien sûr, vous travaillez probablement à un rythme qui convient à des universitaires, mais. . . Je peux me permettre de le dire étant moi-même un ancien universitaire.

M. McFadyen: Puisque vous êtes un ancien professeur, vous savez sûrement que lorsque les comités parlementaires entendent des témoins, l'un des problèmes est que les témoins eux-mêmes manquent de données; ils n'ont pas de données pures provenant de recherches empiriques et analytiques à cause de la pauvreté du financement de la recherche. Nos propres efforts dépendront bien sûr des fonds que nous pourrons obtenir.

Le président: Oh, je vois. . . Vous avez raison. Vous étiez parmi ces étudiants qui manifestaient hier. Bon, très bien.

M. McFadyen: Nous aurions peut-être dû manifester.

Le président: Wayne Skene, la parole est à vous. Je suis presque tenté de vous demander ce que vous pensez de tout cela, mais j'y reviendrai plus tard.

M. Wayne Skene (présentation individuelle): Monsieur le président, je vous remercie de m'avoir invité en cette occasion.

À titre d'introduction, outre le fait que j'ai écrit un ou deux livres, le deuxième portant sur la politique de déréglementation du transport aérien. . . il est d'ailleurs aussi critique à l'égard de cette politique que mon premier livre l'était au sujet de la SRC. J'ai passé à peu près 14 ans, en tout, à la Société Radio-Canada, où j'ai commencé comme écrivain, pour ensuite devenir producteur, producteur exécutif et enfin directeur d'une station de radio. J'ai également dirigé deux stations de télévision, une à Calgary et une autre à Vancouver. J'ai été directeur régional pour la province de l'Alberta.

En 1990, l'auteur britannique Anthony Burgess publiait le deuxième volume de son autobiographie. Il y racontait comment, en 1959, le médecin lui ayant appris qu'il ne lui restait qu'une année à vivre, il s'était lancé dans une frénésie d'écriture. Le livre était intitulé *You've Had Your Time*, ce qui veut dire à peu près vos jours sont comptés. Tout comme Burgess, on peut dire que les jours de la Société Radio-Canada, du moins dans sa forme actuelle, sont comptés.

La question fondamentale qui se pose dans le débat au sujet de la SRC n'est plus de savoir si la société dispose d'un financement adéquat. Nous avons depuis longtemps dépassé ce stade. La question est maintenant d'ordre structurel. Depuis 1978, près de deux milliards de dollars ont été retirés à l'organisation; pourtant, sa structure essentielle, son cadre d'organisation et son style de fonctionnement demeurent en grande partie intacts depuis la fin des années cinquante et soixante, mais terriblement mal adaptés aux circonstances actuelles.

[*Text*]

I applaud CBC president Tony Manera's espoused strategy to make it into a leaner organization, to increase Canadian content, and to be more distinctive, but under the current organizational structure it is physically, financially, and arithmetically impossible.

Today's CBC is at the end of its era. It is a time to reconstruct Canadian public broadcasting. Yes, there is a role for public broadcasting—perhaps more so today than since its inception—but not at the price of supporting an outdated, highly centralized, and expensive organizational structure.

Wholesale reorganization is not a radical idea, as you know. Private businesses and corporations do it daily; that is, adjust to new realities in the marketplace. The CTV network did it in the early 1990s.

Public broadcasting must also change dramatically if it is to survive, and the structure, organization, and the way of doing things within the CBC must change with it. It is both costly and foolish to allow the CBC to continue to remain organized as it is and to function as it does.

The Roman poet and satirist Horace once wrote that "It is no shame to have been foolish; the shame lies in not having cut the folly short".

I would like to propose ten measures—my wife calls them the Ten Commandments—that I feel must be taken if the CBC is to survive as a valuable, cost–effective, and real manifestation of Canadian public broadcasting, not the awkward and troubled organization into which it has evolved.

Number one, Canadian public broadcasting needs to follow priorities, and the first priority must be the making of culturally reflective programs. The production of culturally significant programs must be the CBC's number one priority by expenditure, not the maintenance of buildings, facilities, administrative functions, or capital systems.

At present money spent on the production of CBC programs, in both radio and television, represents a shockingly small proportion of annual expenditures. As a significant indicator, one of the corporation's smallest allocations of expenditure is on the creative talent: writers, directors, performers, actors, and musicians, the people who put culturally important programs together.

More money is spent on salaries for clerical staff in the CBC than on all creative talent put together. In 1989, four years after the first of the Mulroney government budget cuts, the salary total for the CBC clerical staff was still twice as large as the combined total of salaries for artists, authors, and musicians. The total for management salaries was two and a half times the salary total for journalists.

[*Translation*]

Je félicite le président de Radio–Canada, M. Tony Manera, d'avoir adopté une stratégie en vue d'amincir l'organisation, d'augmenter le contenu canadien et d'offrir une programmation distincte, mais vu la structure organisationnelle actuelle, il est impossible sur les plans matériel, financier et mathématique d'atteindre ces objectifs.

La SRC est arrivée au terme de son époque. Il est temps de restructurer la radiodiffusion publique au Canada. Celle–ci a un rôle à jouer, peut–être encore plus aujourd'hui que depuis son avènement, mais non au prix de soutenir une structure organisationnelle désuète, hautement centralisée et coûteuse.

Une réorganisation en profondeur n'est pas du tout une idée radicale. Les entreprises et les sociétés du secteur privé le font quotidiennement en s'adaptant aux nouvelles réalités du marché. Le réseau CTV l'a fait au début des années quatre–vingt–dix. CTV a reconnu que le monde de la radiodiffusion évoluait.

La radiodiffusion publique doit aussi changer en profondeur pour survivre et la structure, l'organisation et la façon de faire les choses à la SRC doivent évoluer parallèlement. Il est à la fois coûteux et insensé de permettre à la SRC de continuer à fonctionner comme elle le fait.

Horace, le poète et auteur satyrique romain, a écrit qu'il n'y a pas de honte à avoir agi de façon insensé; la honte provient de ce que l'on n'ait pas mis fin rapidement au comportement insensé.

J'aimerais proposer 10 mesures—les 10 commandements selon mon épouse—qui, à mon avis, doivent être mises en oeuvre pour que la SRC survive en tant que manifestation valable et réelle de la radiodiffusion publique canadienne, en offrant un bon rapport coût–efficacité, et qu'elle ne soit plus l'imposture d'organisation qu'elle est devenue.

D'abord, la radiodiffusion publique canadienne a besoin de respecter des priorités et la première priorité doit porter sur les émissions. Plutôt que l'entretien des installations et des systèmes ou l'expansion des immobilisations, c'est la production d'émissions ayant un solide contenu culturel qui doit être la première priorité de la SRC en matière de dépenses.

Actuellement, les fonds consacrés à la production d'émissions, tant à la radio qu'à la télévision, représentent une part outrageusement restreinte de ses dépenses annuelles. Fait révélateur, l'un des postes de dépenses les plus modestes est celui réservé à la création artistique: auteurs, réalisateurs, artistes, comédiens, musiciens, bref les gens qui peuvent monter des émissions de valeur sur le plan culturel.

Plus d'argent est consacré aux salaires versés au personnel administratif qu'à l'ensemble de la création artistique. En 1989, quatre ans après les premières compressions budgétaires du gouvernement Mulroney, la masse salariale total du personnel administratif de la SRC était toujours deux fois plus grande que le total des cachets versés aux artistes, auteurs et musiciens. La masse salariale totale des gestionnaires représentait deux fois celle des journalistes.

[*Texte*]

There simply is no future for the CBC unless the making of programs once again becomes the corporation's primary purpose. This is especially important for the English television network, where the design and production of programs that contribute to cultural awareness and a sense of national identity is most pronounced. The network, for instance, has now become more adept at delivering other people's programs than its own.

The true test of whether the CBC is our "cultural treasure", as many would like to claim, comes in assessing what programs are missing from the cultural treasure chest called the CBC English television network. Let me list a few.

On our nation's public broadcaster we see no prime-time regionally produced information series about important current issues from points across the country; no regular prime-time series of adaptations of plays from the Canadian stage, from the classical stage, or from Canadian alternative theatre; no prime-time series on the main CBC service devoted exclusively to Canadian books, literature, or authors; no regular prime-time week-night series devoted solely to performance; no regular prime-time week-night series as an exclusive showcase for developing Canadian talent; no major regular prime-time documentary series devoted to great Canadians or great moments in Canadian history—not even a prime-time Canadian soap opera, one of the most entertaining vehicles for transmitting the nuances of a culture.

Number two, the CBC, or a facsimile thereof, must get its marching orders straight and adhere to the dictates of the Broadcasting Act. It is impossible to reflect this country with decision-making centralized in Toronto or Ottawa. The act states that the corporation's principal role is to reflect Canada and its regions to national and regional audiences "while serving the special needs of those regions".

• 0935

Although CBC Radio seems to know how to follow mandate orders, to say the CBC English television network allows for proper reflection by letting regional stations make their own programming decisions is preposterous. The regional presence, or regional reflection, in programming CBC that senior management would like to talk about is a large myth. The regional stations are standing like costly monuments to the past, and their program output has been so slashed so brutally as to make them all but useless outposts for regional reflection. However, the huge bills for this charade of monuments to the past continue to be paid.

Number three, the CBC must radically reorganized and made more efficient. The present CBC organizational structure is severely out of date. It is highly centralized, a factor that contributes to the existence of a costly administrative

[*Traduction*]

La SRC n'aura d'avenir que lorsqu'elle sera revenue à son principal mandat. C'est particulièrement vrai dans le cas du service de la télévision anglaise qui doit pouvoir concevoir et produire des émissions contribuant à la sensibilisation culturelle et au renforcement de notre sens d'identité national. Or actuellement, ce réseau est plus apte à diffuser des émissions réalisées par d'autres que les siennes.

Le véritable critère permettant de mesurer si la SRC est notre «trésor culturel», comme un si grand nombre de personnes se plaisent à l'affirmer, nous est fourni par une évaluation de ce qui manque dans le «coffre au trésor» culturel qu'est la chaîne de télévision anglaise de la SRC. Lassez-moi énumérer quelques-unes de ces lacunes.

Sur les ondes de notre radiodiffuseur public national, on ne présente aucune série d'émissions d'information produites au niveau régional et diffusées aux heures de grande écoute qui traitent de questions d'actualité importantes provenant de divers endroits du pays; il n'y a aucune série d'émissions régulières aux heures de grande écoute consacrée à l'adaptation de pièces de théâtre du répertoire canadien, de pièces classiques ou de pièces canadiennes d'avant-garde; la chaîne principale de la SRC n'offre aucune série d'émissions aux heures de grande écoute consacrée exclusivement aux ouvrages, à la littérature ou aux auteurs canadiens; il n'y a aucune série d'émissions régulières aux heures de grande écoute durant la semaine consacrée exclusivement aux arts d'interprétation; il n'y a aucune série d'émissions régulières aux heures de grande écoute durant la semaine servant de vitrine exclusive sur les artistes canadiens montants; il n'existe aucune série documentaire importante diffusée régulièrement aux heures de grande écoute et consacrée aux grands Canadiens ou aux grands moments de l'histoire canadienne; il n'y a pas un seul téléroman canadien présenté aux heures de grande écoute—l'un des moyens de divertissement les plus importants pour véhiculer les nuances de notre culture.

Deuxièmement, la SRC, ou une autre version de celle-ci, doit avoir un mandat clair et se soumettre aux impératifs de la Loi sur la radiodiffusion. Il est impossible de refléter la réalité de ce pays lorsque la prise de décision est centralisée à Toronto ou à Ottawa. La loi précise que le rôle principal de la Société et d'être le reflet du Canada et de ses régions auprès des auditoires nationaux et régionaux «tout en répondant aux besoins spéciaux de ces régions».

Si la radio de la SRC semble savoir comment se soumettre aux impératifs de son mandat, le réseau de la télévision anglaise n'a aucunement cette façon d'agir. La présence régionale et le reflet de l'image régionale dans la programmation, dont les hauts dirigeants de la SRC aiment parler, sont un grand mythe. Les stations régionales sont toujours là, témoignage coûteux du passé, mais la programmation d'émissions y a été réduite de façon si brutale qu'elles sont à toutes fins pratiques inutiles en tant que postes éloignés devant servir de reflet de l'image régionale. Mais on continue à financer le coût de cette parodie de monuments au passé.

Troisièmement, la SRC doit être réorganisée de façon radicale, rendue plus efficiente. La structure organisationnelle actuelle de la SRC est sérieusement désuète. La société est fortement centralisée, un facteur qui contribue à la présence

[*Text*]

infrastructure and sizeable elements of redundancy. The CBC must be forced into a more modern and more efficient corporate form through a complete and fundamental reorganization. Administrative elements must be severely downsized, some functions privatized, and the whole management structure, decision–making, as well as corporate ethos, decentralized.

There is precedence, a small precedent perhaps, within the CBC for this structural decentralization. The CBC once operated a lone radio station in Prince Rupert. Yet at the time it had no local radio presence in the fast–growing interior of British Columbia, and none in important northern centres such as Prince George. Regional management had the courage—not head office, not the network—to dismantle the Prince Rupert radio station and use the available manpower and resources to establish five regional new centres across the province rather than one. They even sold off the Prince Rupert building and excess equipment. People were lined up to buy the building before the notice that it was for sale was publicly posted. The cost of this move to provide wider radio service within the province was roughly the cost of running the old Prince Rupert radio station.

Number four, to combat this costly centralized organizational structure, the existing television network must be replaced with a consortium network made up of five equally resourced and redesigned regions.

Over the years, beginning in the 1950s, construction of the nation–wide system of regional TV and radio stations took place. These stations were meant to be the production and distribution spine of true public broadcasting, the place where regional programs would be made and later exchanged on the network. But 16 years of budget cuts and the continued fiscal encroachment of Toronto, Montreal and Ottawa decision–makers on regional budgets left the stations a costly but hollow shell of regional reflection.

To overcome this expensive anomaly, achieve large structural savings, and build a network decision–making mechanism that properly favours the regions rather than Toronto, as the act states, the English television network should be disassembled and reformed into five regions, with Toronto/Ontario region functioning as only one of the five.

Number five, the CBC must get out of production of professional sports events. CBC sports is driven not by cultural imperatives but by commercial imperatives. To defend CBC sports productions by claiming it is just another aspect of cultural coverage is, frankly, absurd.

CBC TV sports has a major distorting influence on both the look of Canadian public broadcasting by displacing schedule opportunities for performing arts and other significant prime time series, and on the cost and the use of production resources. Much of the costly technical equipment and manpower positioned throughout western Canada, for instance, exists primarily for CBC TV sports uses. Yet those resources appear on the corporation's books charged against regional broadcasting

[*Translation*]

d'une infrastructure administrative coûteuse. On doit forcer la SRC à adopter une forme sociétale plus moderne et plus efficiente en procédant à une réorganisation complète et en profondeur. Les éléments administratifs doivent être radicalement réduits, certaines fonctions doivent être privatisées et l'ensemble de la structure de gestion—la prise de décision ainsi que l'ethos sociétal—doit être décentralisée.

Il y a un précédent, tout petit peut–être, de décentralisation structurelle à la SRC. Il y avait une fois une seule petite station de radio à Prince Rupert. Par contre, la SRC n'avait aucune présence radio locale dans la région intérieure en plein essor de la Colombie–Britannique ni dans les centres importants du Nord de la province telle que Prince George. La direction générale a eu le courage—pas le siège social, pas le réseau—de démanteler la station de radio de Prince Rupert et d'utiliser le personnel et les ressources pour établir cinq nouveaux centres régionaux dans la province. On a même vendu l'immeuble de Prince Rupert ainsi que l'équipement excédentaire. Les acheteurs se précipitaient pour se porter acquéreurs de l'immeuble avant même que cette vente ne soit annoncée publiquement. Il en a coûté plus ou moins la même chose pour établir ce meilleur service radio dans la province qu'il n'en coûtait pour administrer l'ancienne station de radio à Prince Rupert.

Quatrièmement, pour contrer cette coûteuse structure organisationnelle centralisée, le réseau actuel de télévision anglaise doit être remplacé par un réseau en consortium composé de cinq régions remaniées ayant des ressources égales.

La période qui a suivi la fin des années cinquante a été marquée par la mise en place d'un système national de stations régionales de télévision et de radio. Ces stations devaient constituer l'épine dorsale d'un véritable système de radiodiffusion publique, l'endroit où les programmes régionaux seraient réalisés et, plus tard, diffusés en réseau. Mais, après 16 ans de coupures et l'empiétement des décideurs de Toronto, de Montréal et d'Ottawa sur les budgets régionaux, ces stations ne sont plus qu'une coquille vide, mais coûteuse, du reflet de l'image régionale.

Pour corriger cette anomalie opérationnelle coûteuse, faire d'importantes économies structurelles et mettre en place un mécanisme décisionnel au niveau du réseau qui favoriserait comme il se doit les régions plutôt que Toronto—comme l'exige la loi—le réseau de la télévision anglaise devrait être démembré et reconstitué en cinq régions seulement, la région de Toronto/Ontario étant l'une d'elles.

Cinquièmement, la SRC doit abandonner la production d'émissions axées sur les sports professionnels. La production d'émissions sportives répond à des impératifs non pas culturels, mais commerciaux. Défendre la production de ces émissions à la télévision de la SRC en faisant valoir qu'il ne s'agit que d'un autre aspect que de la couverture d'activités culturelles relève carrément de l'absurde.

Les émissions sportives ont un important effet de distorsion à la fois sur l'image de la radiodiffusion publique canadienne—en accaparant des possibilités de programmation d'émissions consacrées aux arts d'interprétation et à d'autres séries importantes aux heures de grande écoute—ainsi que sur le coût et l'utilisation des ressources destinées à la production. Ainsi, une bonne partie du matériel technique coûteux et de la main–d'oeuvre en place un peu partout dans l'Ouest canadien sert

[*Texte*]

operations, not the sports department, making it even more difficult to assess whether sports makes money or not. More significantly, when CBC TV sports is in production in western Canada, regional cultural initiatives, drama, children's, documentary and performance programs, are not.

Number six, the CBC must get out of the commercial television business. It is impossible to provide distinctive and culturally relevant programs while operating in the commercial marketplace. CBC must withdraw from commercial competition. Much of the loss in revenue could be offset by savings from a major corporate reorganization, decentralization of operations, downsizing of the Toronto network centre and head office operations, and privatization of some corporate services such as engineering.

Further revenue for the CBC could be recouped by way of a partial revenue levy on private commercial broadcasting, and a suitable fee for service charge to cable operators for the carriage of a unique, non-commercial television program service.

Number seven, CBC regional stations should cease production of local television news, both during the traditional supper hour and late night periods. CBC early evening news has been the traditional spine of regional production for decades, serving various communities across the country with local and regional news. But like Anthony Burgess and the CBC as a whole, its time and uniqueness have passed.

• 0940

The CBC local news service we witnessed today is not demonstrably different from that of the competition. The result is look-alike television at 6 p.m., where at least three community stations, including the CBC, cover roughly the same stories with only occasionally different degrees of effectiveness.

Audiences for the CBC early evening news have fallen dramatically since December 1990. Withdrawing from regional supper-hour news would not only provide substantial dollar savings, it would also provide designated regional stations with opportunities to produce more truly regionally reflective programs, documentaries, performance, children's and arts programming.

Withdrawal from the commercial sales marketplace would allow CBC TV to reduce its emphasis on achieving high ratings for its programs. The decision by CBC management in the early 1970s to pursue a mass television audience for commercial revenue purposes resulted in less rigorous and less distinctive programming on the English television network. It also led to substantially fewer regional programs being produced.

[*Traduction*]

principalement à la diffusions d'émissions sportives à la télévision de la SRC. Pourtant, ces ressources entrent dans les livres de la Société sous la rubrique des opérations de radiodiffusion régionales et non du service des sports, et il devient ainsi encore plus difficile d'établir la rentabilité de ce service. De plus, la production d'émissions sportives à la télévision de la SRC dans l'Ouest du Canada accapare des quantités importantes de ressources techniques et humaines qui pourraient servir à produire dans la région des dramatiques, des émissions pour enfants, des documentaires et des spectacles pour la télévision.

Sixièmement, la SRC doit abandonner le secteur de la télévision commerciale. Il est impossible d'offrir des émissions distinctives et valables sur le plan culturel tout en fonctionnant dans un contexte de marché. La SRC doit se retirer de la concurrence commerciale. Une bonne partie de la perte de recettes pourrait être compensée par les économies découlant d'une réorganisation en profondeur de la Société, d'une décentralisation de ses opérations, d'une réduction de la tête de réseau à Toronto et des opérations du siège social, ainsi que de la privatisation de certains services de la Société, par exemple le service technique.

D'autres recettes pourraient être consacrées à la SRC en faisant un prélèvement sur une partie des recettes des radiodiffuseurs commerciaux privés et en imposant des frais de service convenables aux câblodistributeurs pour la retransmission d'un service unique d'émissions de télévision non commerciales.

Septièmement, les émissions de nouvelles présentées par le SRC en début de soirée — les nouvelles de l'heure du dîner — ont constitué l'armature traditionnelle de la production régionale pendant des décennies, laquelle a desservi diverses collectivités du pays par des émissions locales et régionales de nouvelles. Mais, à l'instar d'Anthony Burgess et de la SRC dans son ensemble, cette formule et son originalité ont fait leur temps.

Le service des nouvelles locales de la SRC que nous observons aujourd'hui n'est pas perceptiblement différent de celui offert par les stations concurrentes. Il s'ensuit que les nouvelles de 18 heures se ressemblent, au moins trois stations locales, dont celle de la SRC, présentant essentiellement les mêmes reportages avec, à l'occasion, des degrés différents d'efficacité.

Les cotes d'écoute des émissions de nouvelles présentées à la SRC en début de soirée ont chuté considérablement depuis décembre 1990. Le retrait du créneau des nouvelles régionales à l'heure du dîner permettrait non seulement de réaliser des économies budgétaires importantes pour la radiodiffusion régionale mais aussi d'offrir aux stations régionales désignées de nouvelles possibilités de production d'émissions qui constituent un reflet de l'image régionale — sous la forme de documentaires, de spectacles, d'émissions pour enfants et d'émissions consacrées aux arts.

Le retrait du marché des annonces publicitaires permettrait à la télévision de la SRC de réduire l'accent mis sur l'obtention de cotes d'écoute élevées pour ses émissions. La décision prise par les gestionnaires de la SRC au début des années soixante-dix de chercher à rejoindre un auditoire télévisuel de masse dans le but d'obtenir des recettes commerciales a mené à une programmation moins rigoureuse et moins distinctive au réseau de la télévision anglaise. Cela a aussi entraîné une diminution importante des émissions produites en région.

[*Text*]

The advent of the 500–channel universe logically demands the CBC return to an audience goal articulated by the Massey commission in 1951, that CBC television programming should be distinctive, alternative, and serve different segments of society at different times.

Number nine, Parliament's single–year funding appropriation must be replaced with a longer–term commitment. Although new spending allowances have been introduced for the CBC by the minister, the traditional single–year expenditure and accounting pattern ensures maximum expenditure rather than prudent expenditure.

Number ten, in return for longer–term funding appropriations the CBC must be made more accountable to both Parliament and the public. It is not entirely correct to declare that the CBC is already forced to be accountable to too many masters. It could be said the CBC is accountable to all, but ultimately accountable to hardly anyone.

In fact, many of us who have worked within the CBC have long been shocked at how little real accountability exists. If the reverse were true, perhaps the Toronto broadcast centre would never have been constructed.

Two new accountability mechanisms are urgently required. First, there should be an annual rigorous business contract between the board, senior management and Parliament through the minister with strict objectives, performance evaluations and accountability review.

Second, public program advisory panels should be located across the country to allow interested citizens an opportunity to take part in the deliberation process for what will eventually be, I am quite certain, a more responsive, more culturally valuable, and more respected public broadcaster in the future.

Thank you.

The Chair: That was certainly stimulating and gives us lots of food for thought.

À cause du grand nombre de témoins, on pourrait commencer avec un tour de cinq minutes.

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Je vais essayer.

Bonjour, messieurs. Merci beaucoup. Si j'ai bien compris ce que vous avez écrit, à un moment donné, vous dites que: «la Société Radio–Canada française ne se distingue presque pas de celle des réseaux privés au Québec.» Il me semble que vous venez de l'Alberta. Qu'êtes–vous capables d'écouter en Alberta de la télévision privée au Québec? Je suis allée dans l'Ouest canadien et tout ce qu'on peut prendre, c'est Radio–Canada français ou TV5. Je n'ai jamais été capable de prendre aucun autre réseau privé. Alors, quels sont les réseaux privés que vous pouvez écouter en Alberta pour pouvoir porter un tel jugement?

[*Translation*]

L'avènement d'un univers télévisuel à 500 canaux exigerait logiquement que la SRC revienne à l'objectif, en matière d'audience, qui a été articulé par la Commission Massey en 1951—que la programmation télévisuelle de la SRC soit distinctive, différente et qu'elle serve les divers segments de la société à différents moments.

Neuvièmement, l'attribution, par le Parlement, d'un crédit annuel doit être remplacé par un engagement à plus long terme. Même si le ministre du Patrimoine a institué de nouveaux crédits de dépenses pour la SRC, le cadre traditionnel de dépenses et de comptabilité visant une seule année favorise la maximisation des dépenses plutôt que la prudence à ce chapitre.

Dixièmement, en retour de crédits à plus long terme, la SRC doit être rendue plus redevable envers le Parlement et le public. Il n'est pas tout à fait exact d'affirmer, comme le fait à l'occasion la direction de la Société, que la SRC est déjà obligée de rendre des comptes à un trop grand nombre de maîtres. On peut dire que la SRC est redevable à tous mais qu'en définitive, elle n'est tenue de rendre des comptes à pratiquement personne.

De fait, nombre d'entre nous qui ont travaillé à la SRC sont depuis longtemps scandalisés de constater combien est limitée, en réalité, cette obligation de rendre compte. Si l'inverse était vrai, peut–être le Centre de radiodiffusion de Toronto n'aurait–il jamais été construit.

Deux nouveaux instruments de responsabilisation sont requis de toute urgence: D'abord, la conclusion d'un contrat d'affaires annuel et rigoureux entre le conseil d'administration, la direction et le ministre, comportant des objectifs précis, une évaluation du rendement et un examen des responsabilités.

Ensuite, des conseils consultatifs publics sur la programmation, constitués dans toutes les régions du pays, pour donner aux citoyens intéressés la possibilité de prendre part aux délibérations sur ce qui sera éventuellement, j'en suis passablement certain, un radiodiffuseur public plus sensible, plus précieux sur le plan culturel et plus respecté.

Merci.

Le président: C'était très stimulant, vous nous avez donné beaucoup de matière à réflexion.

In view of the large number of witnesses, we will start with a five minute round.

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): I will try.

Good morning, gentlemen. Thank you very much. If I understood correctly, you say in your brief that: "there is almost no difference between the French network of the CBC and private networks in Quebec". I understand you come from Alberta. In Alberta, can you watch Quebec's private television networks? I was out West and all I could get was the French CBC and TV5. I never managed to pick up any other private network. Tell me then, which private networks you can watch in Alberta that allow you to make this judgement?

• 0945

Prof. Hoskins: Sorry. Everything I heard was still in French.

M. Hoskins: Excusez–moi. Je n'ai capté que le français.

[*Texte*]

The Chair: Let me repeat the question. I guess one way of putting it is this. Do your remarks apply to French television, particularly since Ms Tremblay suspects you might not have access to the private networks of Quebec in Alberta and therefore would not be in a position to make that suggestion?

Mrs. Tremblay: It's on page 9 of your report. You say the CBC French network does the same thing in Quebec as the private one. How can you make that judgment, since it's impossible to listen to French private television in Quebec in Alberta? How can you make the judgment that the CBC is doing the same thing?

Prof. Hoskins: Actually, we do get TVA on cable in Alberta, although I must admit I don't listen to it.

I'm trying to find the statement you're talking about.

Mrs. Tremblay: It is on page 6 in the English version.

I went west last week. The only thing we could listen to was French television CBC and TV5 from France. We could never get TVA or anything like that in the west.

Prof. Hoskins: There are two cable franchises in Edmonton. Certainly on one of them you get TVA.

Prof. McFadyen: It's TV5 that we get.

Prof. Hoskins: It's TVA you're talking about, is it?

Mrs. Tremblay: I live in Quebec and I see a big difference between them; and I understand French.

Prof. Hoskins: We certainly don't pretend to be experts on the Quebec television scene. Obviously where we come from is with a knowledge of the CBC's English television operations.

I still think a lot of what we say is applicable. I still think the same sort of mandate should be applied to the French television services as to English television services. I still think there should be more exchange of programming between the two services so people in English Canada know what's on the minds of people in Quebec, what's being shown on CBC French–language services on SRC, and vice versa.

Mme Tremblay: Je voudrais maintenant poser une question à M. Skene. Vous dites beaucoup de choses très intéressantes. Vous dites que Radio–Canada devrait faire davantage au niveau des régions, qu'elle devrait se régionaliser. Par ailleurs, vous affirmer que Radio–Canada ne devrait plus faire de nouvelles régionales. Vous dites également qu'elle devrait se retirer des sports. Seriez–vous prêt, au niveau des sports, à faire une exception pour le hockey, notre sport national? Il me semble que s'il n'y avait plus de hockey à Radio–Canada, ce ne serait plus Radio–Canada.

Deuxièmement, comment conciliez–vous toutes vos positions au niveau de la régionalisation? Pourquoi votre idée d'éliminer les nouvelles régionales?

Personnellement, j'habite en région et depuis que Radio–Canada a fermé son bureau régional, les nouvelles locales sont insipides, elles sont faites par le réseau privé. On manque de nouvelles régionales parce que Radio–Canada ne les couvre

[*Traduction*]

Le président: Permettez–moi de répéter la question. On pourrait sans doute dire ceci. Vos propos s'appliquent–ils aussi dans le cas de la télévision français, surtout que M^me^ Tremblay a l'impression que vous n'avez peut–être pas accès en Alberta aux réseaux privés du Québec et par conséquent n'êtes peut–être pas en mesure de dire quoi que ce soit à ce sujet?

Mme Tremblay: C'est à la page 9 de votre mémoire. Vous dites que le réseau français de Radio–Canada ne se distingue pas au Québec des réseaux privés. Comment pouvez–vous porter ce jugement puisqu'il est impossible d'écouter les réseaux privés français du Québec en Alberta? Comment pouvez–vous affirmer que Radio–Canada fait la même chose?

M. Hoskins: En fait, le câble diffuse TVA en Alberta bien que je doive admettre ne pas regarder ce poste.

J'essaye de trouver la citation dont vous parlez.

Mme Tremblay: C'est à la page 6 de la version anglaise.

J'étais dans l'Ouest la semaine dernière. Tout ce que j'ai pu regarder, c'était la télévision française de Radio–Canada et TV5 de France. Nous n'avons pas pu regarder TVA ni rien de semblable dans l'Ouest.

M. Hoskins: Il y a deux câblodistributeurs à Edmonton. L'un d'eux offre certainement TVA.

M. McFadyen: C'est TV5 que nous avons.

M. Hoskins: Vous parlez de TVA, n'est–ce pas?

Mme Tremblay: J'habite le Québec et je vois une grande différence entre les deux, et je comprends le français.

M. Hoskins: Nous ne prétendons guère être des spécialistes sur la télévision québécoise. Manifestement, ce que nous connaissons, c'est le réseau anglais de Radio–Canada.

Je maintiens toutefois qu'une grande partie de ce que nous avançons s'applique aux deux. Je pense que le même mandat s'applique au service en français qu'au service en anglais. Je suis toujours convaincu qu'on devrait échanger un plus grand nombre d'émissions entre les deux réseaux de sorte que les habitants du Canada anglais sachent ce que pensent les Québécois et ce que l'on montre à la chaîne française de Radio–Canada, et vice–versa.

Mrs. Tremblay: I would now like to ask Mr. Skene a question. You say very interesting things. You say that CBC should do more at the regional level, that it should regionalize itself. On the other hand, you state that CBC should get out of regional news. You also say it should drop sports. In the case of sports programming, would you make an exception in the case of hockey, our national sport? It seems to me that if we couldn't get hockey on CBC, it wouldn't be CBC anymore.

Secondly, how do you reconcile your opinion with regards to regionalization? Why do you want to eliminate regional news?

Personally, I live in the country and since CBC closed its regional office, the local news has lost all colour, it is put out by a private network. We are not getting regional news because CBC no longer covers it. We miss this very much. I don't

[*Text*]

plus. Cela nous manque beaucoup. Je ne comprends pas comment vous voulez la régionalisation de Radio–Canada tout en voulant qu'elle se retire des nouvelles régionales. Cela me paraît incompatible. Pourriez–vous m'expliquer cela?

The Chair: It is a question that I think would be for both witnesses, because they both made the point.

Mrs. Tremblay: But it is more especially to Mr. Skene.

Mr. Skene: Could I respond to your question about hockey first?

When you embark on a course of action that says we will eradicate, we will get rid of, all television sports on CBC, in typical Canadian fashion we have to have a back–up position of about one–tenth of that statement and circle our wagons around a concession. The concession would be, I suggest, *Hockey Night in Canada*, on Saturday nights, for cultural purposes. I say this because you're absolutely correct. There is a long cultural history. I grew up with it, I admired it, and I think it's true.

• 0950

It's interesting that at a previous meeting here last year, which I attended with producers and directors, when I put this forward to the forum both previous heads of sports, Denis Harvey and Don MacPherson, agreed that, yes, the CBC had to get out of commercial sports, but with that one caveat, which was that we really should, for cultural purposes, keep *Hockey Night in Canada*. I can't disagree.

On your question as to whether there's some inconsistency in my position on getting out of regional programming, I'm recognizing an inherent impossibility in the CBC's mandate. That is to be fully regional; in other words, to be in every medium–sized and even small community in Canada, providing local news.

In 1933–34 that was a consideration, because the private broadcasters were not holding up their end of the original bargain. What I think contemporary issues lead us to is that you can go only so far with the regional dimension. To me, regional coverage means very large coverage, encompassing one, two, or three provinces; for instance, in the Maritimes, all of Quebec, and all of Ontario. It is financially impossible to shrink the regional concept down any lower than that and provide community service.

But the quid pro quo is that the regulatory agency, the CRTC, should be responsible for enforcing stronger rules and regulations on the private broadcasters to fill that community news and information gap, and even the community performance gap. I think we all recognize that over the years the regulator has not been as effective as it should be in making sure that the local private stations perform up to snuff.

Mme Tremblay: Je suis inquiète. Si on demande à Radio–Canada de se retirer de tous les secteurs où l'entreprise privée veut aller faire de l'argent, un jour, quelqu'un va venir ici pour nous dire: «on doit mettre la clef dans la porte de Radio–Canada puisqu'il n'y a plus personne qui l'écoute» parce qu'on lui aura confié des secteurs qui ne sont absolument pas rentables et que seulement 5 p. 100 de la population l'écoutera.

[*Translation*]

understand how you can promote regionalization within the CBC while at the same time asking that the network get out of regional news. It seems to me incompatible. Could you please explain?

Le président: Je pense que cette question s'adresse à nos deux témoins qui ont tous deux soulevé la question.

Mme Tremblay: Je la pose tout particulièrement à M. Skene.

M. Skene: Puis–je d'abord répondre à votre question sur le hockey?

Lorsque nous préconisions d'effacer, d'éliminer, toutes les émissions sportives de Radio–Canada, en Canadiens typiques, il nous faut une position de repli, il nous faut être prêts à maintenir un dixième de notre position, à préparer une concession. Cette concession pourrait être *la soirée du hockey*, les samedis soirs, à des fins culturelles. Vous avez parfaitement raison. C'est une tradition culturelle de longue date. C'est un souvenir de jeunesse que j'admire, qui est valable.

Il est à noter que lors d'une réunion précédente ici l'an dernier à laquelle assistaient des réalisateurs et des directeurs, lorsque j'ai présenté cette position aux membres de la table ronde, les deux directeurs précédents des sports, Denis Harvey et Don MacPherson, ont reconnu que, oui, Radio–Canada devait cesser la diffusion de sports à des fins commerciales, à une réserve près, c'est–à–dire, que pour des raisons culturelles, il fallait maintenir *La Soirée du hockey*. Je ne peux le contester.

Quant à savoir si ma position sur l'abandon de la programmation régionale manque de logique, je ne fais que constater une impossibilité du mandat de la SRC: être présente dans toutes les régions; c'est–à–dire, desservir toutes les moyennes et même les petites localités du Canada, y offrir l'actualité locale.

En 1933–1934, c'était un aspect à considérer puisque les radiodiffuseurs privés ne respectaient pas leurs engagements. Les questions contemporaines nous amènent à comprendre les limites de la dimension régionale. Pour moi, ne couverture régionale signifie une couverture très vaste, qui porte sur une, deux ou trois provinces; par exemple, la région des Maritimes, tout le Québec et tout l'Ontario. Pour des raisons financières, il est impossible de réduire à moins que ça et offrir un service local.

Par ailleurs, l'organisme de réglementation, le CRTC, doit avoir la responsabilité d'imposer une réglementation et des règles plus strictes aux radiodiffuseurs privés afin que ceux–ci comblent ce vide et offrent l'actualité et l'information locales et peut–être même présentent l'activité artistique locale. Je pense que nous reconnaissons tous qu'au fil des ans, l'organisme de réglementation n'est pas parvenu à s'assurer que les stations privées locales remplissent leurs engagements.

Mrs. Tremblay: I'm concerned. If we ask the CBC to withdraw from all those sectors where private business can make money, one of these days, someone will show up here and say: "we should close down the CBC since no one is watching it because we gave it areas that were completely unprofitable and only 5% of the population watches it.

[*Texte*]

C'est le danger qui nous guette si on va dans le sens où tout le monde nous demande d'aller, soit de laisser le privé faire du fric, mais en nivelant par le bas au lieu de hausser le niveau culturel canadien. C'est cela, le dommage. Si on enlève Radio–Canada, la compétition va tomber et le niveau va aller encore plus bas. C'est parce qu'ils vont faire encore plus d'argent. La hantise du privé, c'est de faire du fric, ce n'est pas de hausser ou de maintenir la culture, c'est de faire du fric. Donc, on va arriver où avec toutes les suggestions qu'il faut que Radio–Canada se retire de tout ce qui est rentable?

The Chair: Are there one or two short answers to that? Perhaps Messrs. McFadyen and Hoskins, as professors of economics and students of competition and all that, could reply.

Prof. McFadyen: I could try. The thing is that the CBC is not a private broadcaster. It's goal is not to make a profit; it's goal is the—

Mrs. Tremblay: That's not what I said.

The Chair: The point is this: without the presence of the CBC competition, funded publicly, will the private broadcasters get better or worse? She suspects that they'll get worse.

Prof. McFadyen: One of the things that will happen is that they will make more money.

Mrs. Tremblay: Who?

Prof. McFadyen: Private broadcasters will make more money. That's why they appear and they make presentations asking the CBC to withdraw from certain areas.

But I don't think that the fact that the private sector would do better is an argument against refocusing the CBC on its mandate. I say this because the CBC's mandate is not to be a private broadcaster; the CBC's mandate is to provide for the cultural enrichment and informational improvement in Canada.

Mrs. Tremblay: I can tell you that's what it's doing on the French CBC. I don't know about the English; I never listen to it. But I can say that in French the CBC is doing that. So is the problem with the CBC in English?

Prof. Hoskins: There is a problem with the CBC in English.

• 0955

The Chair: It's a very interesting point. However, we'll have to move along.

I guess the essential issue is whether there's a kind of Gresham's law of broadcasting, that they may make more money but the quality will go down without that competition. That's something we might return to.

Prof. Hoskins: There is, of course, an increase in competition anyway with all the new delivery technologies.

The Chair: We also witnessed that last night.

Mr. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): I'm interested in these ten commandments. I thank all three of you. It was an excellent presentation. It's almost a unique view we're hearing today, relative to our former witnesses. I want to spend a little time contrasting your point of view with what we've heard before.

[*Traduction*]

This is the risk if we follow everyone's advice and let the private sector make the money, going down to the lowest common denominator instead, of raising the level of culture in Canada. It would be too bad. If we do away with the CBC, competition will decrease and the level will go even further down. That is because the private broadcasters will make even more money. This is their obsession, making money, not enhancing or maintaining culture. Where will these suggestions that the CBC must withdraw from everything that is profitable lead us?

Le président: Pouvez–vous répondre brièvement? MM. McFadyen et Hoskins, puisqu'ils enseignent l'économie et étudient la concurrence, pourraient peut–être répondre.

M. McFadyen: Je peux essayer. Le fait est que la SRC n'est pas un radiodiffuseur privé. Son objectif n'est pas d'être rentable; son objectif. . .

Mme Tremblay: Ce n'est pas ce que j'ai dit.

Le président: Voici la question: en l'absence de la concurrence qu'apporte la SRC, financée à même les deniers publics, la performance des radiodiffuseurs privés va–t–elle s'améliorer ou se détériorer? M^me^ Tremblay a l'impression qu'elle se détériorera.

M. McFadyen: Eh bien notamment, ils gagneront plus d'argent.

Mme Tremblay: Qui?

M. McFadyen: Les radiosdiffuseurs privés gagneront plus d'argent. Voilà pourquoi ils comparaissent et demandent que la SRC se retire de certains secteurs.

Toutefois, ce n'est pas parce que le secteur privé y gagnerait que l'on doive en conclure qu'il n'y a pas lieu de repenser le mandat de la SRC. En effet, le mandat de la SRC n'est pas d'être un radiodiffuseur privé; son mandat est de promouvoir l'enrichissement culturel et une meilleure diffusion de l'information au Canada.

Mme Tremblay: Je peux vous affirmer que le réseau français y parvient. Je ne sais pas ce qu'il en est du réseau anglais, je ne le regarde pas. Mais je peux dire qu'en français, la SRC s'acquitte de ce mandat. Le problème se situe–t–il au niveau du réseau anglais?

M. Hoskins: Il y a un problème au réseau anglais de la SRC.

Le président: C'est très intéressant. Toutefois, le temps passe.

L'aspect essentiel, je suppose, consiste à voir si la télédiffusion a sa Loi Gresham, c'est–à–dire que le secteur privé gagnera plus d'argent mais que la qualité diminuera faute de concurrence. Nous pourrons peut–être revenir à cette question.

M. Hoskins: Il y a de toute façon une concurrence accrue issue des nouvelles technologies de transmission qui foissonnent.

Le président: Nous en avons également été témoin hier soir.

M. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): J'aimerais revenir à ces dix commandements. Je tiens d'abord à vous remercier tous les trois. Vos exposés étaient excellents. Compte tenus des propos de nos témoins précédents, votre point de vue est presque unique. J'aimerais donc, pendant quelques instants, comparer votre point de vue avec ce que nous avons déjà entendu.

[*Text*]

Now, many of the witnesses have suggested that the CBC is essential in terms of Canadian culture, and they relate back to its history and so forth. You, however, have suggested that it's an anachronism, that it's the end of an era, and that changes have to be made. You suggest that regional programming, particularly news, is now unnecessary. In Edmonton we watch ITV, CTV, and CBC, and the distinction among the three is somewhat vague, at best. Other witnesses have suggested that's not true, that the CBC does give a distinctive interpretation of news in Alberta and, I would assume, in any other area of Canada. Why the contradiction between your testimony and theirs?

Mr. Skene: I can't truly explain the contradiction. I can only explain my perception of it. I speak in this case perhaps a bit sadly. I speak as a former director of television who was fortunate enough to be in a number of places where we were able to make the CBC supper–hour news the most popular and most credible news service in the city. Calgary is a case in point, where we took over a station that was number three in its market and within one year we were able to make it the most popular and, as I say, the most credible station from a journalistic point of view.

I think CBC always has that potential. If you have good people in place, good strong direction, good objectives, and good journalistic standards, the CBC can't help but be the most popular.

However, the same isn't true across the nation. When you look at the public response to supper–hour news and realize that on a bad night all the owned and operated news shows put together do not add up in gross quarter–hour average audience to the audience the size of one private television service, B.C. TV, which is province–wide, and that all the money and resources that go into that 6 p.m. supper–hour news slot can't draw more than 600,000 Canadians some nights, you know there's something wrong. I suggest there might be something wrong in the quality of the news being delivered. However, I think Canadians are telling us something as well—that they don't cherish that news service as much as they once did.

As far as the anachronism point is concerned, the most blatant example I can give you—there are other examples within the head office purview—is the engineering structure, which is a capital expenditure structure that was put together in roughly the mid–to late 1950s. It still expends capital expenditures on roughly the same kind of terms of reference as it did in 1950. I don't know of any other company in Canada that operates on 1950 rules.

Mr. Hanrahan: You also state that the salary total for CBC clerical staff was twice as large as the combined total of salaries for artists, authors, and musicians and that the total for management salaries was two and a half times the salary total for journalists, suggesting a great inefficiency here. Could you tell me how that breakdown compares to the private networks. Is it necessary?

Mr. Skene: Is it necessary to compare or is it necessary to have?

• 1000

Mr. Hanrahan: Is there something unique about the CBC that requires this enormous imbalance between the journalists and the management and staff?

[*Translation*]

De nombreux témoins nous ont dit que la SRC est essentielle à la culture canadienne. Ils étoffent leurs arguments en invoquant l'histoire de la société, etc. Par ailleurs, vous dites que la société est anachronique, que c'est la fin d'une époque et qu'il faut apporter des changements. Vous dites que la programmation régionale, surtout dans le cas de l'actualité, est maintenant inutile. À Edmonton, je regarde ITV, CTV et CBC et la distinction entre les trois est assez vague. D'autres témoins ont prétendu que c'était faux, que CBC interprète de façon distincte l'actualité en Alberta et je présume dans d'autres régions du Canada. Pourquoi cette contradiction entre vos témoignages et les leurs?

M. Skene: Vraiment je ne peux pas expliquer la contradiction. Je ne peux qu'expliquer mon impression. En fait, cela m'attriste un peu. J'ai été directeur de télévision et j'ai eu la chance de me retrouver à des endroits où nous avons pu faire du téléjournal de 18 heures de Radio–Canada l'émission d'actualité la plus populaire et la plus respectée de la ville. Calgary en est un exemple, nous avons pris une station qui était en troisième place et en un an, nous sommes devenus la station la plus populaire et celle la mieux cotée sur le plan journalistique.

Je pense que la SRC offre toujours ce potentiel. Si vous avez du personnel compétent, une bonne gestion, de bons objectifs et des normes journalistiques appropriées, Radio–Canada ne peut qu'être la station la plus populaire.

Toutefois, il n'en va pas de même dans toutes les régions du pays. Si l'on songe à la réaction du public au téléjournal de 18 heures et qu'on comprend que toutes les émissions d'actualité des stations qui sont la propriété de la SRC ou exploitées par la société n'atteignent pas ensemble la cote moyenne d'écoute par quart d'heure d'un service privé comme BCTV qui diffuse à l'échelle de la province, et que toutes les ressources en temps et en argent consacrées à préparer ce téléjournal n'attirent pas plus de 600 000 Canadiens certains soirs, vous savez que quelque chose ne va pas. Je dirais que quelque chose ne va peut–être pas au niveau de la qualité de cette actualité. Toutefois, je pense que les Canadiens nous disent aussi quelque chose, qu'ils n'apprécient pas le service des nouvelles comme par le passé.

Quant à l'anachronisme, l'exemple le plus flagrant—il y en a d'autres au siège social—, c'est celui de la structure des services techniques, une structure de dépenses en capital conçue vers la fin des années cinquante. Les dépenses en capital se font selon les mêmes modalités qu'en 1950. Or, je ne connais aucune autre entreprise au Canada qui fonctionne toujours d'après les règles du jeu de 1950.

M. Hanrahan: Vous avez également déclaré que la masse salariale du personnel administratif de la société était deux fois celle des artistes, auteurs et musiciens, que la masse salariale totale des cadres était deux fois et demie supérieure à celle des journalistes, ce qui sous–entend grande inefficacité. Pouvez–vous nous dire comment cela se compare aux réseaux privés. Est–ce nécessaire?

M. Skene: Est–ce nécessaire de faire la comparaison ou est–ce nécessaire d'avoir cette information?

M. Hanrahan: La SRC a–t–elle quelque chose d'unique qui exige ce déséquilibre flagrant entre les journalistes d'une part et la direction et les employés d'autre part.

[*Texte*]

Mr. Skene: In terms of the integrity of a definition of public broadcasting, to me it's absolutely imperative. It's less so when you're comparing management salaries, for instance, with journalism salaries. That's a structural defect. It depends on how far you want to go in expanding your news and current affairs operation. That decides how much you're going to pay your journalists, of course. But more important, when you look at the question of expenditures for writers, performers, actors and musicians, that's the very guts of why we put together unique programs that have a cultural reflection to them and do enhance national identity. If you don't have these people in your pay envelope it means you're not producing the right kinds of programs, programs that the CBC should be producing.

My argument, going back to priority number one, is that the CBC has for too long—it's not anyone's particular fault—allowed itself to evolve into this large cumbersome organization where down at the bottom of all these bulk salary pay–outs are the performers. It makes absolutely no sense to me.

An analogy, for instance, would be that I would turn that around and say that should be one of your largest expenditures. As for your expenditures for these beautiful, expensive buildings, like in downtown Vancouver it's probably worth something in the order of $35 million, I'd say get out of the building, get out to Burnaby and rent a small studio space like B.C. TV does, and sell off the bricks and the mortar. Somebody may say that then you've got to put it all under operating. Well, put it under operating, but then put tight restrictions on expenditures for these regional managers.

I'm sorry, I get carried away. I get quite passionate about this issue.

Mr. Hanrahan: You do get carried away.

The Chair: Perhaps the last question on this issue.

Mr. Hanrahan: Oh, I think I have a little more time than that.

The Chair: We're going to have to do five minutes each, because we have two sets of witnesses.

Mr. Hanrahan: Then let me jump to a very basic question, in case we don't get back. In view of your analysis of the future 500–channel universe, would it make a significant difference if CBC were privatized? I would ask that of all three of you.

Prof. Hoskins: I think it would, because there would be no one then prepared to do the programming that wouldn't be profitable. Our argument has been that there are some sorts of programming with these so–called external benefits, if you like, so people become better citizens through watching this type of programming, which does deserve public support. Some of that public support can go through Telefilm, which is what we suggested doing, in fact more with the sort of drama–

[*Traduction*]

M. Skene: À mes yeux, c'est absolument impératif pour maintenir l'intégrité d'un radiodiffuseur public selon la définition qu'on en donne. C'est moins vrai quand on compare les salaires de la direction à ceux des journalistes, par exemple. C'est un défaut structurel. Cela dépend de l'expansion qu'on veut donner au secteur des nouvelles et des affaires publiques. C'est cela qui dicte le salaire que l'on doit payer aux journalistes. Mais plus important encore, si l'on se penche sur la question des dépenses consacrées aux écrivains, artistes–interprètes, comédiens et musiciens, cela va au coeur même de l'affaire. C'est la raison même pour laquelle nous avons des émissions uniques qui enrichissent notre culture et favorisent l'identité nationale. Si nous n'avions pas ces gens–là dans l'enveloppe salariale, on ne pourrait produire le genre d'émissions que la SRC devrait justement produire.

Mon argument, pour en revenir à la première priorité, est que la SRC a depuis beaucoup trop longtemps, sans que ce soit la faute de quiconque en particulier, pris de l'ampleur au point d'être alourdie par un immense appareil bureaucratique avec, tout au bas de l'échelle, cette masse salariale minime versée aux exécutants. À mes yeux, c'est absolument absurde.

Pour faire une analogie, je pourrais inverser la proposition et dire que cela devrait constituer l'une des plus importantes dépenses. Quant aux dépenses consacrées à ces magnifiques et coûteux immeubles, comme celui du centre–ville de Vancouver, qui vaut probablement environ 35 millions de dollars, je dirais qu'il faut évacuer l'immeuble, déménager à Burnaby et louer un petit studio, comme l'a fait la BCTV, et vendre tout le parc immobilier. On pourra dire qu'à ce moment–là, il faudrait tout regrouper sous la rubrique de l'exploitation. Eh bien, soit, mais alors il faut imposer des contraintes serrées aux dépenses pour les directeurs régionaux.

Je m'excuse, je me laisse emporter. Cette question me passionne vraiment.

M. Hanrahan: Je ne vous le fait pas dire.

Le président: Peut–être la dernière question sur ce sujet.

M. Hanrahan: Oh, il me semble que j'ai encore un peu de temps.

Le président: Nous devrons nous contenter de cinq minutes chacun, parce que nous avons deux séries de témoins.

M. Hanrahan: Dans ce cas, je vais passer directement à la question fondamentale, au cas où je ne pourrai revenir à la charge. Étant donné l'analyse que vous faites du futur univers de 500 canaux, cela ferait–il une grande différence si la SRC était privatisée? Je pose la question à vous trois.

M. Hoskins: Oui, parce qu'alors, personne ne serait disposé à faire les émissions qui ne seraient pas rentables. Notre argument est qu'il y a certaines catégories d'émissions qui comportent ce qu'on appelle des avantages externes, c'est–à–dire que les gens qui regardent ces émissions peuvent devenir de meilleurs citoyens, et ces émissions méritent donc d'être financées publiquement. Cela peut se faire en partie par l'entremise de Téléfilm, ce que nous avons d'ailleurs proposé,

[*Text*]

documentary type, but on the informational news and current affairs this Telefilm model doesn't work. You can't do that on a sort of project basis. We think there is a role for CBC even in a 500–channel environment.

Mr. Hanrahan: Let me just answer that. I think the two of you mentioned ratings as one of your criteria or criticisms in regard to the CBC. In a 500–channel universe, even with this emphasis on Canadian books, Canadian talent and so forth, if nobody is watching it does that justify the expenditure of $1.1 billion in Canadian taxpayers' dollars?

Prof. Hoskins: We don't picture anything like that amount of money spent on the CBC. Certainly all the public broadcasters around the world now are in sort of a catch–22 situation, with more and more channels so the audience gets more and more fragmented. If the audience goes down, you ask can we justify the expenditure? There is no problem. If you can't justify the expenditure at some future time you do have to say that perhaps we don't need it.

The Chair: Unless Mr. Skene has a quick, pithy comment on either of those things, I'm afraid we have to move along.

There is one thing that I want to clarify in what you said about the ratio between the creative and the clerical. When you make that measure, are you taking into account the 45% that is being currently out–sourced and putting that also into the creative budget, or are you just talking about the salaries of those who remain to do the creative?

Mr. Skene: I don't know if I follow the reference to 45%.

• 1005

The Chair: We understood from CBC itself that it now sources out, in dramatic programming and so on, about 45%. So when you make that comparison, are you taking into account the 45% that is going to creative people but independent producers, for instance, or are you talking about just who is on the salary that is left? Clearly, as the out–sourcing rises, the number of creative people would drop but would remain the same in the system, and actually go higher.

Mr. Skene: I think you are correct, because CBC accounts only for its own expenditures, and those are numbers from the 1989 book.

I have another argument with this out–sourcing—

The Chair: But just so I have it right, it's not a fair comparison once you start realizing they are going to more independent production. That's not captured in those statistics you're giving us.

Mr. Skene: That's correct, but with the caveat attached.

The Chair: I just wanted to get that clear.

Mr. Ianno (Trinity—Spadina): Thank you very much for coming before us.

[*Translation*]

surtout dans le cas des dramatiques et des documentaires, mais pour ce qui est de l'information, des nouvelles et des affaires publiques, le modèle de Téléfilm ne s'applique pas. On ne peut faire cela dans le cadre de projets examinés au cas par cas. Nous croyons donc que la SRC a un rôle à jouer même dans un environnement de 500 canaux.

M. Hanrahan: Je voudrais répliquer à cela. Il me semble que vous avez tous deux évoqué les cotes d'écoute comme l'un des critères sur lesquels sont fondés votre critique de la SRC. Dans un univers de 500 canaux, même en mettant l'accent sur les livres canadiens, le talent canadien, etc, si personne ne regarde les émissions, cela justifie–t–il de dépenser 1,1 milliard de dollars de l'argent des contribuables canadiens?

M. Hoskins: Nous n'envisageons nullement qu'on dépense une somme pareille pour la SRC. Certes, tous les radiodiffuseurs publics du monde entier sont coincés aujourd'hui, puisque l'auditoire se fragmente de plus en plus à mesure que le nombre de canaux augmente. Si l'audience diminue, comment peut–on justifier les dépenses? Il n'y a pas de problème. Si l'on cesse à un moment donnée de pouvoir justifier les dépenses, peut–être faut–il se résigner à dire que nous n'en avons pas besoin.

Le président: À moins que M. Skene ne veuille ajouter une très brève observation, je crains que nous devions nous en tenir là.

Je voudrais apporter une précision sur ce que vous avez dit au sujet du ratio entre le secteur créateur et le secteur administratif. Pour mesurer cela, tenez–vous compte des 45 p. 100 qui sont actuellement achetés à l'extérieur? Ajoutez–vous cette somme au budget de création, ou bien parlez–vous seulement des salaires et de ce qui se fait à l'interne.

M. Skene: Je ne suis pas sûr de comprendre ce que vous entendez par ce 45 p. 100.

Le président: Les représentants de la SRC nous ont dit eux–mêmes qu'ils achètent actuellement à l'extérieur environ 45 p. 100 de leurs émissions, notamment pour les dramatiques. Par conséquent, quand vous faites cette comparaison, tenez–vous compte des 45 p. 100 qui vont à des créateurs, mais à des producteurs indépendants, ou bien parlez–vous seulement des salaires? Il est évident qu'à mesure que la sous–traitance augmente, le nombre de créateurs baissent à l'interne, tout en demeurant le même dans l'ensemble du système; en fait, il augmente même.

M. Skene: Je crois que vous avez raison, parce que la SRC ne comptabilise que ses propres dépenses et ces chiffres sont tirés du livre de 1989.

J'ai un autre argument au sujet de cette sous–traitance. . .

Le président: Mais pour être bien sûr de ne pas me tromper, ce n'est pas une comparaison juste puisque l'on sait qu'ils vont recourir de plus en plus aux productions indépendantes. Cela n'est pas reflété dans les statistiques que vous nous avez données.

M. Skene: C'est exact, mais avec une réserve.

Le président: Je voulais seulement en être certain.

M. Ianno (Trinity—Spadina): Merci beaucoup d'être venus.

[*Texte*]

First of all, Mr. Hoskins and Mr. McFadyen, have you ever done consulting for CTV?

Prof. McFadyen: No.

Prof. Hoskins: No.

Mr. Ianno: I just wanted to see if there was some information I was missing.

When you want the CBC to get out of sports, local and regional news, and advertising, and sell off its real estate. . . First of all, how much real estate do they have?

Prof. Hoskins: Nineteen owned and operated stations.

Mr. Ianno: And buildings?

Prof. Hoskins: Buildings ought to be attached to each of those.

Mr. Ianno: Do you know the estimated value?

Prof. Hoskins: No, we can't look into that one.

Mr. Ianno: You don't have the facts. You are just stating that the endowment can be set up, regardless of how much money they have.

Prof. Hoskins: We aren't in a position to say how much money—

The Chair: I see Mr. Skene looking agitated.

Mr. Skene: I'm not agitated. In 1992–93—

Mr. Ianno: Mr. Skene, it's not so much that I need the information on how much they have—

Mr. Skene: I thought you wanted to know the asset value.

Mr. Ianno: No. I need to know where they are getting their information to make the statements.

Mr. Skene: I'm sorry. I apologize. I could give you that number if you want it.

Mr. Ianno: What I'm hearing is that they don't have the facts, yet they are making the statements, as Mrs. Tremblay—

Prof. Hoskins: We are making statements based on the fact that we don't believe there is a need for the huge infrastructure.

Mr. Ianno: Right. And for the programming, you said as long as they sell the assets, create an endowment fund. . .and let them operate from that endowment fund year after year. Is that not what you said?

Prof. McFadyen: No. The endowment fund wouldn't provide for the entire CBC budget.

Mr. Ianno: Not entirely, but it would help. The question is how much it will help and in what amount. Do you have the answer for me?

Prof. McFadyen: The thing is that more than real estate is involved. The answer is no, we don't, because for one thing we can't gain access to that information. We've tried and—

[*Traduction*]

Premièrement, monsieur Hoskins et monsieur McFadyen, avez–vous déjà travaillé comme expert–conseil pour la CTV?

M. McFadyen: Non.

M. Hoskins: Non.

M. Ianno: Je voulais juste savoir si quelque information m'échappait.

Vous voulez que la SRC se retire des sports, des nouvelles locales et régionales et de la publicité et qu'elle vende son parc immobilier. Premièrement, quelle est l'importance de ce parc immobilier?

M. Hoskins: Dix–neuf stations appartenant à la SRC et administrées par elle.

M. Ianno: Et combien d'immeubles?

M. Hoskins: Chacune de ces stations doit posséder un immeuble.

M. Ianno: En connaissez–vous la valeur estimative?

M. Hoskins: Non, nous n'avons pas examiné cela.

M. Ianno: Vous ne connaissez pas les faits. Vous vous contentez d'affirmer que l'on peut créer une dotation, sans savoir de combien d'argent on peut disposer.

M. Hoskins: Nous ne sommes pas en mesure de dire combien d'argent. . .

Le président: Je vois que M. Skene semble inquiet.

M. Skene: Je ne suis pas inquiet. En 1992–1993,. . .

M. Ianno: Monsieur Skene, ce n'est pas que j'ai besoin de savoir exactement combien d'argent. . .

M. Skene: Je croyais que vous vouliez connaître la valeur des immeubles.

M. Ianno: Non. Je veux simplement savoir sur quelle information ils fondent leurs énoncés.

M. Skene: Je m'excuse, je suis désolé, j'aurais pu vous fournir ce chiffre si j'avais su.

M. Ianno: Ce que je constate, c'est qu'ils ne connaissent pas les faits, ce qui ne les empêche pas de faire des affirmations, comme M^me^ Tremblay. . .

M. Hoskins: Nous faisons des affirmations fondées sur le fait que nous ne croyons pas que cette énorme infrastructure soit nécessaire.

M. Ianno: Bon. Quant aux émissions, vous dites qu'il suffit de vendre les actifs, de créer un fonds de dotation et de les laisser ensuite produire en se finançant année après année à même cette dotation. N'est–ce pas ce que vous avez dit?

M. McFadyen: Non. Le fonds de dotation ne fournirait pas la totalité du budget de la SRC.

M. Ianno: Pas la totalité, mais il y contribuerait. La question est de savoir dans quelle mesure, à combien s'élèverait le montant. Pouvez–vous me répondre?

M. McFadyen: Il n'y a pas que l'immobilier qui soit en cause. La réponse est non, nous ne pouvons pas vous donner la réponse, parce que d'une part nous n'avons pas accès à cette information. Nous avons essayé. . .

[*Text*]

Mr. Ianno: Your statement doesn't have the back–up information that will determine how much it actually will make a difference.

Prof. McFadyen: We can't put a dollar figure to it—

Mr. Ianno: That is my point.

Prof. McFadyen: but we can tell you there are broadcast frequencies that are valuable and can be sold and there are real estate assets that are valuable and can be sold.

Mr. Ianno: So whether it's $1 or $1 billion, we don't know.

Prof. McFadyen: We know it's not $1, but we don't know how much.

You have to realize for researchers in Canada. . .it's part of the problem, as I said, about the research process. Researchers in Canada cannot gain access to this kind of information. Therefore it's impossible to do the research to answer these kinds of questions. It's just a matter that's. . . You can't do it.

Mr. Ianno: In other words, if I heard correctly, it should have been: possibly, if there is enough real estate asset value, that may also help towards paying for CBC, but we don't how much that means.

Prof. McFadyen: That's right.

Prof. Hoskins: That's right.

Mr. Ianno: Then when we get out of sport and local and regional and advertising, what amount of money does that constitute, according to the figures? Is that $400 million a year, $300 million, net?

Prof. Hoskins: We know how much is brought in by advertising. That appears in the CBC annual report.

Mr. Ianno: So $300 million or $400 million. Once that is removed. . .and then I guess you get into your point that the CBC should only be doing things that are worth while. How small do you want the CBC, and in your definition what is worth while, in view of your having already lopped off $400 million from them?

• 1010

Prof. Hoskins: Of course the problem for the advertising is that it affects the programming. It's one of the few public broadcasters in the world that has advertising as a source of finance.

Mr. Ianno: That's not going to my question.

Prof. Hoskins: Well, the sort of CBC I would see is one with national networks distributed by cable, perhaps satellite, doing distinctive informational, drama, documentary, and children's programming. There would be no need for it to operate for 18 hours a day, or anything like that. It could be primarily a prime–time service.

Mr. Ianno: So three or four hours a day. Is that what we're looking at?

[*Translation*]

M. Ianno: Votre affirmation n'est pas étayée sur des renseignements qui permettraient de déterminer dans quelle mesure cela ferait une différence.

M. McFadyen: Nous ne pouvons pas chiffrer cela en dollars.

M. Ianno: C'est bien ce que je disais.

M. McFadyen: Mais nous pouvons vous dire qu'il y a des fréquences de diffusion qui valent très cher et qu'on pourrait vendre et qu'il y a des biens immobiliers qui valent beaucoup d'argent et que l'on pourrait vendre.

M. Ianno: Mais nous ne savons pas si c'est un dollar ou 1 milliard de dollars.

M. McFadyen: Nous savons que ce n'est pas un dollar, mais nous ne savons pas exactement combien.

Vous devez vous rendre compte que pour les chercheurs au Canada. . . je le répète, cela fait partie du problème. Les chercheurs au Canada ne peuvent avoir accès à ce genre d'information. Il est donc impossible de faire de la recherche qui permettrait d'avoir réponse à ce genre de questions. C'est simplement que. . . c'est impossible.

M. Ianno: Autrement dit, si je vous ai bien entendu, vous auriez dû dire: il est possible, pourvu que la valeur de l'immobilier soit suffisamment élevée, que cela puisse également contribuer à financer la SRC, mais nous ne savons pas dans quelle mesure.

M. McFadyen: C'est bien cela.

M. Hoskins: C'est bien cela.

M. Ianno: Ensuite, vous voulez que l'on se retire du sport, des nouvelles locales et régionales et de la publicité. Combien d'argent cela représente–t–il, d'après les données? Est–ce 400 millions par année, 300 millions, en chiffres nets.

M. Hoskins: Nous savons combien rapporte la publicité. Cela figure dans le rapport annuel de la SRC.

M. Ianno: Donc 300 ou 400 millions. Une fois que cela est enlevé. . . et puis vous dites ensuite que la SRC ne devrait faire que ce qui vaut la peine. Jusqu'à quel point voulez–vous rapetisser la SRC et qu'est–ce qui en vaut la peine d'après votre définition, étant donné que vous venez de retrancher 400 millions de dollars à leur budget?

M. Hoskins: Bien entendu, la publicité se répercute sur la programmation. La SRC est l'un des rares radiodiffuseurs publics au monde qui est financé par la publicité.

M. Ianno: Cela ne répond pas à ma question.

M. Hoskins: Je souhaiterais que la SRC soit un réseau national distribué par le câble, peut–être par satellite, qui diffuserait de bonnes émissions d'information, des dramatiques, des documentaires et des émissions pour enfants. Il ne serait pas nécessaire qu'elle diffuse 18 heures par jour. Cela pourrait être surtout aux heures de grande écoute.

M. Ianno: Par conséquent, trois ou quatre heures par jour. Est–ce ce que vous envisagez?

[*Texte*]

Prof. Hoskins: I should say that 6 p.m. to 12 a.m. would be—

Mr. Ianno: Well, what's prime time defined as?

Prof. Hoskins: There are various definitions.

Mr. Ianno: What's the generally accepted one?

Prof. Hoskins: The Broadcasting Act says 6 p.m. to 12 a.m., doesn't it?

Mr. Ianno: Twelve o'clock in the evening is prime time?

Prof. Hoskins: I think that's right.

Mr. Ianno: So according to you, we're talking basically about the CBC running for only six hours a day.

Prof. Hoskins: Yes.

The Chair: We've got to press on; we're threatened by the vote.

I just want to make sure I understand. There was quite a lot of overlap between your two presentations. Is there any place, particularly with regard to the regional way in which Wayne Skene views the world...? You both said get out of local news—I heard that—and out of local services, but is there any fundamental contradiction between the two positions, the four networks or the five regions that Wayne Skene is talking about and what you're talking about, or are they fundamentally compatible, they're both going in the same direction and it's just a matter of detail?

Prof. Hoskins: The big difference is we would get rid of the whole regional infrastructure altogether. The CBC should be buying primarily from independent producers, and we think there should certainly be a policy to purchase regionally so in fact you will get documentaries, dramas, and so on coming from the various parts of the country. So I think that where we'd differ from Wayne is he would keep the CBC regional infrastructure to provide those dramas, documentaries, and so on, whereas we say buy them from the private sector.

The Chair: Yours would be a more centralized operation.

Prof. Hoskins: Centralized, but with programming, drama, documentaries, and so on coming from the regions more than they do now.

The Chair: People who are on the payroll would be more inclined to be at the centre, though.

Prof. Hoskins: The production—

The Chair: I just wanted to make sure I understood the distinction, that's all. Did I capture that?

Mrs. Kraft Sloan (York—Simcoe): I want to clarify something. I'm new on the committee. You said you would like to see CBC delivered through cable and satellite. Is that correct? Could I have an answer?

Prof. McFadyen: Yes.

Mrs. Kraft Sloan: That would mean that a vast number of people in my riding would be unable to get the CBC, because they do not have cable service in the rural areas. That means you would be forcing them to purchase very expensive satellite receptive devices in order to see a national TV network. So how could we maintain a national system of broadcasting in this country?

[*Traduction*]

M. Hoskins: Je dirais entre six heures du soir et minuit...

M. Ianno: Que considère-t-on comme les heures de grande écoute?

M. Hoskins: Il y a diverses définitions.

M. Ianno: Quelle est la plus courante?

M. Hoskins: La Loi sur la radiodiffusion mentionne de six heures du soir à minuit, n'est-ce pas?

M. Ianno: Minuit est considéré comme une heure de grande écoute?

M. Hoskins: Je pense que oui.

M. Ianno: Selon vous, la SRC ne diffuserait ses émissions que pendant six heures par jour.

M. Hoskins: Oui.

Le président: Nous devons nous dépêcher; le vote est pour bientôt.

Je veux simplement être certain d'avoir bien compris. Vos deux exposés se rejoignaient beaucoup. Y a-t-il une façon, particulièrement du point de vue régional dont Wayne Skene voit le monde...? Vous avez dit tous les deux qu'il fallait que la SRC cesse de diffuser des nouvelles locales, mais y a-t-il une contradiction fondamentale entre les deux positions, les quatre réseaux où les cinq régions dont parle Wayne Skene et ce dont vous parlez ou s'agit-il de conceptions compatibles qui diffèrent seulement sur certains détails?

M. Hoskins: La principale différence est que nous nous débarrasserions de toute l'infrastructure régionale. La SRC devrait acheter la majeure partie de sa programmation à des producteurs indépendants et elle devrait certainement avoir une politique d'acquisition régionale afin de diffuser des documentaires, des dramatiques et d'autres émissions provenant des quatre coins du pays. Là où nous ne sommes pas d'accord avec Wayne, c'est qu'il souhaite conserver l'infrastructure régionale de la SRC pour la diffusion des dramatiques, des documentaires, etc., alors que nous préférons les acheter au secteur privé.

Le président: Votre organisation serait plus centralisée.

M. Hoskins: Centralisée, mais avec davantage de dramatiques, documentaires, etc, en provenance des régions.

Le président: Cependant, le personnel salarié se trouverait plutôt au centre.

M. Hoskins: La production...

Le président: Je veux seulement être sûr d'avoir bien compris la distinction. Ai-je bien compris?

Mme Kraft Sloan (York—Simcoe): Je voudrais un éclaircissement. Je suis nouvelle à ce comité. Vous aimeriez, dites-vous, que les émissions de la SRC soient diffusées par le câble et par satellite, n'est-ce pas?

M. McFadyen: Oui.

Mme Kraft Sloan: Cela veut dire qu'un grand nombre de gens de ma circonscription ne pourraient les recevoir, parce qu'il n'y a pas le câble dans les régions rurales. Cela les obligerait à acheter de très coûteuses antennes paraboliques pour recevoir une chaîne de télévision nationale. Comment, dans ces conditions, pourrions-nous conserver un système national de radiodiffusion au Canada?

[*Text*]

Prof. McFadyen: You're quite correct, there would be some private costs involved for people in your riding.

Actually, the last three questions are really all asking the same sort of thing: are we happy that we're suggesting a more focused, tighter operation that requires a lot less public funding? Of course we realize that you're losing good things. The CBC does a lot of good things, but they cost a lot of money. Our proposal is done in the context of a situation, as we understand it, of constrained public resources, where the government is looking to make economies. Tremendous cost savings can be made here.

Some citizens would have to make certain adjustments. You might have to encourage the cable companies to make available a very low–cost tier that made sure CBC was available to all urban residents also, because some urban residents are not cable subscribers. You might have to make some adjustment in that area, and there might have to be some adjustment in rural areas to make Cancom more available to rural residents.

Mrs. Kraft Sloan: What you're suggesting is a dismantling of the CBC. You're talking about the dismantling of the infrastructure of the CBC. You're talking about the dismantling of the expertise in programming when you start talking about buying from the private sector, and you're also talking about incredible barriers for Canadians from all over this country to have access to the CBC. I really have a great deal of wonderment about your earlier statement when you said you were in support of the CBC.

• 1015

The Chair: May I just intervene at this point, partly because we have other witnesses, partly because there are some interesting technological answers to the question being raised that were presented last night. With the new satellite technology it is technically possible, and may even be commercially desirable, to give every one of your constituents for free a dish and black box that is programmed to receive only one signal, and that would be the signal of the CBC. Should your constituents wish to have any other service, they would have to pay for the dish and the black box, as anybody else does. It is technically possible to program that in such a way, and it may be commercially preferable to program it that way.

The same is also potentially true of the cable system. In other words, you can have under the coming technology and indeed the current technology, the answer to your problem, which would also obviate the necessity of spending $160 million pumping electricity through the air. It's really a fascinating world we're living in.

I'm afraid we're going to have to move along. Do you have a very, very quick question?

Mr. de Jong (Regina—Qu'Appelle): There are many other questions. You're certainly very, very provocative and your vision of the CBC is quite radical.

Mr. Skene, you suggested as well that if the CBC gets out of local news, we use regulators to enforce and to make certain that there's a level of service. I'm concerned that in quite a few smaller communities, and not just smaller, there's tremendous

[*Translation*]

M. McFadyen: Vous avez raison, cela représenterait certains frais pour les gens de votre circonscription.

En fait, les trois dernières questions demandent la même chose: est–il souhaitable de proposer un service de radiodiffusion plus ciblé, plus rationalisé, exigeant un financement public nettement moins important? Bien sûr, nous nous rendons compte qu'il faudra renoncer à beaucoup de choses. La SRC offre un tas de services intéressants, mais qui coûtent très cher. Notre proposition se situe dans le contexte financier actuel où le gouvernement cherche à réaliser des économies. Il est possible d'économiser énormément de ce côté–là.

Certains citoyens vont devoir s'adapter aux changements. Peut–être devrez–vous inciter les câblodistributeurs à offrir un service de base à très bon marché pour que tous les citadins puissent également recevoir la SRC étant donné que certains d'entre eux ne sont pas abonnés au câble. Il faudra peut–être apporter quelques modifications de ce côté–là de même que dans les régions rurales pour que les gens des campagnes aient plus facilement accès à Cancom.

Mme Kraft Sloan: Vous parlez, en fait, de démanteler la SRC, de démanteler son infrastructure. Si vous parlez d'acheter la programmation au secteur privé, la SRC va se débarrasser de ses experts dans ce domaine et vous allez également dresser des obstacles formidables qui vont empêcher les Canadiens de certaines régions du pays d'avoir accès au réseau. Je ne vois pas comment vous avez pu dire tout à l'heure que vous appuyez la SRC.

Le président: Me permettez–vous d'intervenir, en partie parce que nous avons d'autres témoins, mais aussi parce que nous avons certaines réponses intéressantes aux questions d'ordre technologique qui ont été soulevées hier soir. Avec la nouvelle technologie des satellites, il est possible, du point de vue technique et même souhaitable du point de vue commercial, de remettre gratuitement à chaque Canadien une antenne parabolique et un boîte noire programmée pour recevoir un seul signal, celui de la SRC. Si vos concitoyens souhaitent obtenir d'autres services, ils devront payer l'antenne et la boîte noire, comme tout le monde. Il est possible d'offrir la programmation de cette façon et ce serait peut–être une solution préférable sur le plan commercial.

On pourrait en faire autant pour le câble. Autrement dit, avec la nouvelle technologie qui s'annonce et même la technologie actuelle, il est possible de résoudre votre problème sans avoir à dépenser 160 millions de dollars pour pomper de l'électricité dans les airs. Nous vivons dans un monde fascinant.

Il va falloir que nous avancions. Avez–vous une très brève question?

M. de Jong (Regina—Qu'Appelle): Il y en aurait bien d'autres à soulever. Vous avez lancé des idées très intéressantes et vous avez une conception très radicale de l'avenir de la SRC.

Monsieur Skene, vous avez également suggéré que, si la SRC se retire des nouvelles locales, l'organisme de réglementation veille à ce qu'un certain niveau de service soit assuré. Ce qui m'inquiète c'est que dans certaines petites

[*Texte*]

concentration in the media, cross–ownership and so forth, and you see some form of regulation to ensure that a certain quality of local news be maintained. My experience with regulators is that you can put the regulations in and at some stage, through a political agenda in the States, and here as well during the Mulroney years, you have this reaction against a regulation and all the regulations go out, the good and the bad. In essence, you're going to end up in quite a few communities where the local news is really controlled by one or two individuals or companies.

Mr. Skene: I guess in that sense it's true. I would only suggest that when you can no longer make the funding fit the mandated responsibilities of an organization like the CBC, there has to be some contraction and rationalization, and at some point I think we have to turn to wise, if you will, and effective regulation of the alternative services, which are the private broadcasters, to be able to make sure Canadians are served with a full spectrum of programming services, including good, credible local and regional community news, and I think that's why a regulator is in place. If we want to look back and judge whether the regulator has worked effectively, I think that's another issue, but I would opt for wise regulation.

The Chair: I must tell members of the committee that the latest news on the vote is that it's been deferred until Tuesday, so we'll tack a little time on at the end of this session to allow for the other witnesses. But we'll make this the absolutely last question.

Mr. Ianno: You indicated that the CBC, when you were involved, almost hid the true cost of sport by putting it onto other programming costs. Can you explain that to us?

Mr. Skene: I don't recall saying that we hid it or the CBC hid it. It's just that is the way much of the capital equipment was allocated. An anecdote is my frustration when I returned to the CBC in 1984 with a very large promise not only to manage the Calgary station, which was a very profitable station and a very effective station. . .

As a matter of fact, if you're looking for a public broadcast effective model, I think the Calgary television station is probably one of the best in CBC's history. It was so good, in fact, that I and a number of managers made a proposal to the president to buy the station and privatize it at the time because it was effective. Much to my surprise I was appointed as director of television for Calgary, and I found I had to line up to be able to use my own mobile, or to assign the use of my own production mobile, because the first option on the mobile was for the sports departments. If we had a conflict between wanting to shoot a drama on the life and times of Nellie McClung and late night basketball from the University of Lethbridge, I can tell you right now, the priority then and now would be University of Lethbridge shooting two–point hoops instead of Nellie McClung.

• 1020

Mr. Ianno: What is the cost in terms of the use of the camera and the people? Is it attributed to the sporting cost overall, or is it still just on the overall region?

Mr. Skene: The mobile and other similar kinds of production equipment would be assigned to regional broadcasting operations through the Calgary station.

[*Traduction*]

localités, et pas seulement les petites, la concentration des médias est très forte. Vous prévoyez une réglementation qui permettra de maintenir la qualité des nouvelles locales. J'ai pu constater que lorsqu'on met en place une réglementation et une politique, comme on l'a fait aux États–Unis ainsi que chez nous sous le gouvernement Mulroney, la réglementation déclenche une réaction négative et finit par être éliminée, la bonne comme la mauvaise. Autrement dit, dans certaines villes, les nouvelles locales sont sous la haute main de une ou deux personnes ou une ou deux sociétés.

M. Skene: C'est sans doute vrai, dans une certaine mesure. Néanmoins, quand un organisme comme la SRC n'a plus les fonds nécessaires pour s'acquitter de ses responsabilités, lorsqu'il faut procéder à une certaine contraction et à une rationalisation, à un moment donné, il faut se tourner vers une bonne réglementation des services de rechange, qui sont les radiodiffuseurs privés, pour que les Canadiens obtiennent un éventail complet de services de programmation, y compris de bons services des nouvelles locales et régionales. C'est d'ailleurs pour cela que nous avons un organisme de réglementation. Quant à savoir si ce dernier a joué efficacement son rôle, c'est une autre question, mais j'opterais pour une sage réglementation.

Le président: Je dois dire aux membres du comité qu'aux dernières nouvelles, le vote a été différé jusqu'à mardi. Nous aurons donc quelques minutes de plus à la fin de la séance pour entendre les autres témoins. Mais cela viendra en dernier.

M. Ianno: Vous avez dit que, lorsque vous travailliez à la SRC, le coût des émissions sportives était pratiquement caché dans celui d'autres émissions. Pouvez–vous nous expliquer cela?

M. Skene: Je ne me souviens pas vous avoir dit que nous pouvions cacher ces coûts. C'est seulement à cause de la façon dont les immobilisations étaient réparties. Je me souviens quand même de mon découragement quand je suis retourné à la SRC en 1984 sur la promesse non seulement de gérer la station de Calgary, qui était une station très rentable et très efficace. . .

En fait, si vous cherchez un modèle efficace de services publics de radiodiffusion, je dirais que la station de télévision de Calgary est sans doute l'un des meilleurs exemples de toute l'histoire de la SRC. Les choses allaient si bien qu'à l'époque, plusieurs gestionnaires et moi–même avions proposé au président de la station de la racheter et de la privatiser. À ma grande surprise, j'ai été nommé directeur de la télévision pour Calgary, et j'ai dû attendre mon tour pour pouvoir me servir de mon propre car de reportage car il était affecté en priorité au service des sports. S'il fallait en même temps filmer une dramatique sur la vie de Nellie McClung et une partie de basket–ball avec l'équipe de L'Université de Lethbridge, je peux vous dire qu'à tous les coups on va filmer l'Université de Lethbridge en trait d'envoyer le ballon dans le panier plutôt que Nellie McClung.

M. Ianno: Comment comptabilise–t–on le coût d'utilisation des caméras et du personnel? Cela entre–t–il dans le coût total des sports ou le coût global du service régional?

M. Skene: Le car de reportage et l'équipement de production sont comptabilisés dans le coût du service de radiodiffusion régional de la station de Calgary.

[*Text*]

Mr. Ianno: But not necessarily to sporting costs?

Mr. Skene: Right, it was not.

Mr. Ianno: That's the point.

The Chair: It's been a terrific morning. Your presentation has been very helpful to us. You've come at a good time in terms of raising some provocative issues. I think they might have seemed quite outlandish to us several months ago, but as we start to hear more and more witnesses and deal more and more with these technological issues, they seem more and more reasonable. Thank you very much for coming to help us.

I will now invite our next guests to appear.

Si j'ai bien compris, ce sont les professeurs Raboy et Tremblay.

• 1021

[*Translation*]

M. Ianno: Mais pas nécessairement dans le coût du service des sports?

M. Skene: Non.

M. Ianno: C'est ce que vous vouliez dire.

Le président: Nous avons eu une excellente matinée. Votre témoignage nous a été très utile. Vous êtes venus au bon moment pour soulever des questions très intéressantes. Cela nous aurait sans doute paru bizarre il y a quelques mois, mais comme de plus en plus de témoins nous parlent de ces questions technologiques, nous commençons à nous y habituer. Merci beaucoup d'être venus nous éclairer.

J'invite maintenant nos témoins suivants à se présenter.

If I am not mistaken, we are going to hear from professors Raboy and Tremblay.

• 1028

Le président: Maintenant nous avons, comme je l'ai dit plus tôt, deux professeurs, M. Tremblay et M. Raboy, qui vont nous donner leurs perspectives. Dans leur mémoire, nous avons un aperçu des remarques qu'ils nous feront. Merci bien pour le mémoire.

Je ne sais pas comment vous voulez organiser vos 10 minutes chacun, mais commençons avec vous, M. Tremblay.

M. Gaétan Tremblay (professeur et codirecteur, Groupe de recherche sur les industries culturelles et l'informatisation sociale—présentation individuelle): Monsieur le président, mesdames et messieurs les députés, je vous remercie de donner l'occasion au professeur–chercheur que je suis de vous exprimer ses réflexions sur le mandat et le financement de la Société Radio–Canada dans le nouvel environnement multi–services qui caractérise de plus en plus le secteur de la télévision, et dans une moindre mesure, celui de la radio.

Votre Comité a annoncé qu'il se pencherait sur deux questions: le mandat et le financement de la Société Radio–Canada. Toutefois, à lire le compte rendu de plusieurs interventions dans la presse ou certains mémoires, on se demande si les préoccupations relatives au mandat ne sont pas secondaires et subordonnées à celles du financement dans l'esprit de certains intervenants.

Certains semblent aborder la question de la manière suivante: Quel mandat faudrait–il imaginer qui autoriserait le gouvernement à imposer de nouvelles compressions budgétaires à la Société Radio–Canada? D'autres se demandent plutôt de quelle manière faudrait–il restreindre le mandat de la SRC/CBC pour augmenter les revenus et les bénéfices de nos entreprises privées actives dans le secteur de la radiodiffusion. Enfin, d'autres cherchent plutôt à éviter la question et à légitimer le statu quo, et se demandent comment définir le mandat pour changer le moins de choses possibles.

• 1030

On a l'impression à travers tout cela qu'on perd de vue l'objectif principal: qu'est–ce qu'un service public et quelle mission doit–il remplir? Comment gérer l'ensemble du système pour s'assurer que ces missions puissent effectivement être accomplies?

The Chairman: As I mentioned a little earlier, we will now welcome two professors, Mr. Tremblay and Mr. Raboy, who will share their thoughts with us. The brief they have submitted is an outline of their presentations. Thank you very much for submitting your brief.

Each of you has 10 minutes, and I don't know how you want to proceed. Why don't we start with you, Mr. Tremblay.

Professor Gaétan Tremblay (Co–director, Groupe de recherche sur les industries culturelles et l'informatisation sociale—Individual presentation): Mr. Chairman, ladies and gentlemen, I would like to thank you for giving me, a professor and researcher, the opportunity to express my thoughts on the mandate and funding of the Canadian Broadcasting Corporation in the new "multi–service" environment that increasingly characterizes the television industry and, to a lesser extent, the radio industry.

Your Committee has announced that it would be examining two issues: the mandate and the funding of the Canadian Broadcasting Corporation. But if we read the transcripts of some of the submissions that have been made, or if we read the newspapers, we may wonder whether concerns about its mandate are not secondary and subordinate to concerns about funding.

Some of those who have appeared seem to have addressed the issue in this way: What mandate would we need to come up with so that the government would have the authority to impose new budget cuts on the Canadian Broadcasting Corporation? Others have asked, rather: How would we have to restrict the Corporation's mandate so as to increase the revenue and profits of our private businesses in the broadcasting industry? Finally, others have tried instead to avoid the question and legitimize the status quo: How to define the mandate so as to change things as little as possible?

Through all of this, one gets the impression that we are losing sight of the main objective: what is a public service and what mission is it supposed to fulfill. How do we manage the entire system to ensure that this mission may be effectively carried out?

[*Texte*]

D'entrée de jeu, je voudrais rappeler que dans la tradition canadienne comme la britannique dont elle s'est inspirée, l'ensemble du système de radiodiffusion est conçu comme un service public et que les enterprises privées qui ont le privilège d'exploiter une licence doivent, comme les organismes publics, se soumettre aux exigences qui en découlent. C'est ce qui justifie qu'elles soient soumises à la surveillance d'un organisme de réglementation.

Dans un environnement télévisuel où les services se multiplient, est–il encore nécessaire d'utiliser les fonds publics pour soutenir les activités d'une entreprise comme la SRC? Oui, j'en suis convaincu et le législateur l'est également, puisqu'il l'a inscrit dans la nouvelle loi de la radiodiffusion — elle est encore assez récente, elle date de 1991 — dans un contexte où s'annonçait déjà, comme aujourd'hui, la multiplication des services.

Je crois même, comme je l'ai expliqué lors des dernières audiences du CRTC sur le renouvellement de la licence de Radio–Canada, que s'il ne devait rester qu'une seule chaîne généraliste dans cet univers multiservices, ce devrait une chaîne publique.

Plus que jamais, dans une société où la commercialisation et la marchandisation de la culture se généralise, il faut assurer à tous les citoyens de ce pays un accès universel et gratuit à une programmation télévisuelle de qualité et diversifiée qui leur permette de s'enrichir, de s'informer et de se divertir au contact des meilleurs créateurs et producteurs culturels d'ici et d'ailleurs.

Le service public n'est pas un service complémentaire aux entreprises privées dans les secteurs que celles–ci dédaignent parce que non rentables. Le service public est un service de base complet et universellement accessible à tous, indépendamment de leur situation géographique ou financière.

Telle est la conception que s'en fait la Loi canadienne sur la radiodiffusion et telle doit–elle être réaffirmée dans un contexte où l'accès des services télévisuels de plus en plus nombreux dépendra de la capacité de payer de chacun.

La loi de 1991 demande au CRTC d'accorder une attention particulière aux caractéristiques différentes des marchés francophones et anglophones. N'ayant que peu de temps à ma disposition, pardonnez–moi de rappeler de manière un peu caricaturale les difficultés propres à chacun de ces marchés.

Le marché anglophone est assez important pour assurer, en principe, la rentabilité financière d'un bon nombre de services télévisuels, y compris facultatifs. Mais les consommateurs canadiens–anglais préfèrent les programmes américains.

Le marché francophone, quant à lui, peut compter sur des consommateurs qui affichent une préférence pour les produits locaux, mais il est trop restreint pour en assurer la rentabilité ou tout au moins de plusieurs de ces services.

Pour remplir son mandat de service public, Radio–Canada ne saurait adapter la même stratégie dans les deux contextes. Qu'on envisage de faire de CBC un service distinct, cela peut se comprendre aisément. Compte tenu des particularités de son marché, CBC ne peut prétendre concurrencer efficacement les autres stations généralistes canadiennes ou américaines, et obtenir une part de marché lui permettant de jouer un rôle de leader dans tous les genres télévisuels.

[*Traduction*]

At the outset, I would like to remind you that in both the Canadian tradition and the British tradition which inspired it, the entire broadcasting system is seen as a public service, and the private firms that have the privilege of an operating licence, like the public bodies, must comply with the obligations that this implies. This is the justification for placing them under the supervision of a regulatory agency.

Is it still necessary in a television environment that is undergoing an explosion in services to use public funds to support the activities of an undertaking like the Corporation? Yes, I am convinced that it is, as is Parliament, since it included this in the new Broadcasting Act enacted — quite recently — in 1991, at a time when the explosion of services was already being heralded, as it is today.

I even believe, as I explained at the recent CRTC hearings on the Corporation's licence renewal, that if there was to be only one generalist network left, it should be a public network.

More than ever, in a society where the commercialisation and marketing of culture is becoming widespread, we must ensure that all citizens of this country have universal, free access to quality, diversified television programming by which they may be enriched, informed and entertained through contact with the best cultural creators and producers from home and abroad.

The public service is not a service intended to complement private firms in the areas they disdain as unprofitable. The public service is a basic, complete service universally accessible to everyone, regardless of their geographic location or financial status.

This is the concept adopted by the Canadian Broadcasting Act, and this is the concept that must be reaffirmed in a context where access to increasing numbers of television services will depend on each person's ability to pay.

the 1991 Act asks the CRTC to pay particular attention to the different characteristics of the French language and English language markets. Since I have but little time, please forgive me for giving what may be a somewhat caricatured portrait of the difficulties unique to each of these markets.

The English language market is big enough, in theory, that it could guarantee the financial viability of a large number of television services, but English Canadian consumers prefer American programs.

The French language market, on the other hand, can count on consumers whose preference lies with local products, but it is too small to guarantee its viability!

In order to fulfil its public service mandate, the Corporation cannot adopt the same strategy in both contexts. The idea of making the "English language" CBC a separate service is easy to understand. In view of the peculiar features of its market, the CBC cannot claim to compete effectively with other generalist stations, whether Canadian or American, and get a market share that would enable it to play a leadership role in all television genres.

[*Text*]

On peut comprendre également que CBC mette l'accent sur le contenu canadien dans un tel univers. Dans cet univers dominé par les programmations d'origine étrangère, c'est sans doute là un aspect fondamental de sa mission.

Dans le marché francophone, la situation a été historiquement, et reste encore maintenant, radicalement différente. La Société Radio–Canada a toujours joué et continue de jouer avec un succès que confirment des mesures d'auditoire, le rôle d'un diffuseur généraliste populaire. Son importante part de marché dans tous les genres télévisuels lui permet d'exercer, quand elle s'en donne la peine, un véritable leadership dans un contexte où elle n'est d'ailleurs pas la seule à diffuser des programmes *made in Québec*. Cette fonction est d'autant plus importante, dans le contexte francophone, que le marché ne permettra vraisemblablement pas une aussi grande diversification des services que dans le marché canadien–anglais.

Pour poursuivre avec efficacité une stratégie adaptée au contexte anglophone et francophone, plus d'autonomie devrait être accordée aux directions de Toronto et de Montréal. De fait, la Société a–t–elle vraiment besoin d'une administration centrale? Certains avancent même qu'on pourrait réaliser des économies en supprimant le siège social d'Ottawa. Pourquoi pas?

Je le répète, CBC et Radio–Canada doivent rester des radiodiffuseurs généralistes qui offrent une programmation de qualité, diversifée et équilibrée. Si au fil des années, la Société s'est dans l'ensemble honorablement acquittée de sa tâche, la situation actuelle est loin d'être entièrement satisfaisante.

• 1035

Le sport occupe une trop grande place dans la programmation de Radio–Canada. Je ne propose pas de le faire disparaître. Mais je trouve qu'il occupe une trop grande place, et les documentaires, les émissions culturelles, éducatives et scientifiques n'en prennent pas assez. L'équilibre entre les genres télévisuels devrait faire l'objet d'une sérieuse révision par les artisans et les autorités de la SRC en fonction de ce qui est disponible sur le marché et en tenant compte de ses contraintes budgétaires. Des engagements précis devraient être pris à la suite de cette révision et le CRTC devrait en surveiller étroitement l'accomplissement.

J'ajouterai deux autres remarques concernant la programmation. La première concerne ce que j'appelerais l'obsession du contenu canadien. Personnellement, je ne me réjouie pas que la SRC et la CBC visent à cet égard des objectifs de 85, 90 ou même 95 p. 100 de l'ensemble de leur programmation. Il est certes important que la chaîne publique nationale continue de jouer un rôle de premier plan comme instrument de développement culturel, en offrant aux créateurs et aux artistes d'ici des possibilités d'expression et de diffusion, comme d'ailleurs le lui demande la loi. Mais ce n'est pas son unique vocation, et le secteur privé doit faire sa part en ce domaine. Il serait malsain pour la création canadienne que la SRC et la CBC deviennent le seul lieu de diffusion des productions audiovisuelles d'ici.

À trop augmenter le pourcentage de productions nationales, je crains l'enfermement, le ghetto. Il est aussi du devoir d'un service public d'offrir à l'ensemble de ses téléspectateurs un accès aux meilleures productions des cultures du monde. Que la

[*Translation*]

It is also understandable that the CBC would emphasize Canadian content. In a universe dominated by programs that originate abroad, this is undoubtedly a fundamental aspect of its mission.

In the French language market, the situation has historically been, and still is, even now, radically different. Radio–Canada has always played, and continues to play, with a degree of success confirmed by audience measures, the role of a broad–based generalist broadcaster. Its large market share, in all television genres, enables it, when it takes the trouble, to exercise real leadership in a situation where it is, moreover, not the only one broadcasting "made in Quebec" programs. This function is particularly important in the French language context since the market will probably not allow such wide diversification of services as in the English Canadian market.

In order to effectively pursue a strategy that is suited to the English and French language contexts, more autonomy should be granted to the two managements in Toronto and Montreal. In fact, does the Corporation really need a central management structure? Some have even suggested that savings could be achieved by getting rid of the head office in Ottawa. Why not?

Allow me to repeat: the CBC and Radio–Canada must continue to be generalist broadcasters that offer quality, diversified, balanced programming. While the Corporation has, on the whole, performed its job honourably over the years, the present situation is certainly not completely satisfactory.

Sports take up too much time in the Corporation's programming. I'm not saying we should drop sports, but there is too much emphasis on sports programming, while documentaries and cultural, educational and scientific programs do not get enough. The balance between television genres should be reviewed seriously by both artists and management at the Corporation, in relation to what is available on the market and taking budget constraints into account. Precise commitments should be made once this review has been done, and the CRTC should monitor carefully how they are met.

I would like to add two further comments concerning programming. The first concern is what I would call the "obsession with Canadian content". Personally, I take no joy in the fact that the objectives adopted by the SRC and the CBC in this area are 85%, 90% or 95% of all their programming. It is certainly for the national public network to continue to play a leading role as an instrument of cultural development, by offering creators and artists at home opportunities for expression and broadcast. But this is not its sole vocation, and too, the private sector must do its part in this area. It would be unhealthy for the Canadian creative community if the SRC–CBC were to become the only place where home–grown audio–visual productions were broadcast.

If the percentage of domestic productions were increased too greatly, I fear we would become isolated, we would have a ghetto. It is also the duty of a public service to offer all of its viewers access to the best productions from the world's cultures.

[*Texte*]

CBC et la SRC laissent les *soap* américains aux diffuseurs privés, soit. Mais qu'elle nous offre le meilleur de ce qui se fait dans les télévisions à travers le monde me semble une nécessité, surtout à une époque où l'internationalisation des économies et des cultures progresse à grands pas. Radio-Canada ne doit pas être conçue sur le modèle d'un service d'archives nationales, mais sur celui d'un réseau de bibliothèques publiques.

Ma deuxième remarque concerne la surenchère à laquelle se livre parfois les responsables radio-canadiens pour l'obtention de certaines émissions. Elle atteint à l'occasion des proportions qui me renversent et qui me font partager la colère des radiodiffuseurs privés. Il est sain que Radio-Canada participe au jeu de la concurrence, mais il faudrait rappeler à certains responsables qu'un peu de retenue s'impose pour ne pas distordre complètement le marché, surtout lorsqu'on joue avec les fonds publics.

Je n'insisterai pas pour répéter que la SRC/CBC a connu d'importantes compressions budgétaires depuis une dizaine d'années et que le gouvernement devrait respecter son engagement de ne pas procéder à de nouvelles réductions des crédits publics et garantir le budget de la Société sur une base pluriannuelle.

Je me contenterai de marquer sur ce point mon accord avec ceux qui l'ont précédemment argumenté devant vous. J'utiliserai plutôt les quelques minutes qui me restent pour vous faire part de quelques suggestions concernant la recherche de sources additionnelles de financement.

Est-il normal que les câblodistributeurs paient des droits d'auteur pour les programmes américains qu'ils retransmettent et aucun pour les programmes canadiens? En vertu de l'Accord de libre-échange—dont la culture est supposément exclue—un comité a conclu que les câblodistributeurs canadiens devaient s'acquitter annuellement d'une somme de quelque 50 millions de dollars en paiement de la retransmission des signaux américains. Pourtant, au printemps de 1993, aux radiodiffuseurs canadiens qui demandaient un traitement équivalent, lors de l'audience sur la restructuration du système canadien de radiodiffusion, le CRTC a répondu que la question des droits d'auteur n'était pas de son ressort. C'est sans doute légalement juste; la décision relève du Parlement. Mais quand mettra-t-on fin à cette situation paradoxale qui autorise les Américains à toucher des droits d'auteur au Canada et non les Canadiens? En voilà une source de revenus complémentaires pour la Société Radio-Canada comme pour les radiodiffuseurs privés et, en toute équité.

Ce sont les distributeurs par câble, et bientôt par satellite et par réseaux de télécommunications, qui profitent le plus des développements récents, que provoquent la multiplication des possibilité de transmission et l'exacerbation de la concurrence entre une multiplicité de services. Ils ont jusqu'à présent joui de conditions d'exploitation extrêmement favorables. Il est normal qu'ils contribuent davantage au financement de la production de contenu canadien, en particulier celle des chaînes publiques.

Suite à la décision du CRTC les autorisant à moderniser leur réseau pour offrir entre 200 et 300 canaux, les câblodistributeurs se partageront bientôt, avec les opérateurs de satellites et sans doute avec les compagnies de télécommunications, le marché potentiellement fort lucratif de la télévision sur demande et des transactions commerciales à domicile. Ces activités ne seront pas réglementées par le CRTC parce que considérées hors programmation. Mais elles

[*Traduction*]

Let the CBC and the SRC leave the American soaps to the private broadcasters! But let them offer the best of what is being done in television systems around the world; I believe this to be a necessity, particularly in an area when the internationalisation of the economies and cultures is moving rapidly. The Corporation must not be designed to function on the model of a national archive, but rather on that of a national library system.

My second comment concerns outbidding, in which those in charge of the Corporation sometimes engage in order to obtain certain programs. On occasion, it reaches proportions that astonish me, and that make me as angry as the private broadcasters. It is healthy for the Corporation to play the competition game, but some of the people in charge have to be reminded that a little restraint is required so as not to completely distort the market, particularly when we are playing with public funds.

I shall not make a point of repeating that the SRC-CBC has experienced major budget cuts in the last ten years, and that the government should respect its commitment not to make new reductions in parliamentary appropriations and to guarantee the Corporation's budget on a multi-year basis.

I shall simply express my agreement, on this point, with those whose arguments you have read before mine. I shall rather use the minutes that I have left to offer you a few suggestions concerning the search for additional funding sources.

Is it acceptable for cable companies to pay copyrights for American programs that they retransmit, and not for Canadian programs? Under the Free Trade Agreement—which supposedly excluded culture—a committee agreed that Canadian cable companies had to pay some $50 million per year in payment for retransmitting American signals. And yet, in the Spring of 1993, the CRTC's answer to the Canadian broadcasters who were seeking equivalent treatment at the hearing on the restructuring of the Canadian broadcasting system was that the copyright question was not within its jurisdiction. This is undoubtedly correct, legally; the decision must be made by Parliament. But when will we put an end to this paradoxical situation, which authorizes the Americans to collect copyrights in Canada, and not Canadians! Here we have a source of supplementary funding for both the Corporation and private broadcasters, one that would be entirely fair.

It is the distributors—by cable, and soon by satellite and telecommunication networks—who profit most from recent developments hastening the explosion in transmission possibilities and heightening competition among a host of services. Until now, they have enjoyed extremely favourable operating conditions. It is to be expected that they should contribute more to funding the production of Canadian content, particularly on the public networks.

As a result of the CRTC decision authorizing them to modernize their systems in order to offer between 200 and 300 channels, the cable companies will soon be dividing the potentially highly lucrative pay television and home shopping markets with satellite operators, and undoubtedly with telecommunications companies. These activities will not be regulated by the CRTC because they are considered to fall outside programming. But they will be using communication

[*Text*]

emprunteront des réseaux de communication qui auront été financés en grande partie par l'ensemble des abonnés aux services de base de la radiodiffusion ou de la téléphonie.

• 1040

Ne serait-il pas acceptable de taxer légèrement ces transactions pour contribuer à la constitution d'un fonds d'aide à la production d'émissions canadiennes de qualité destinées principalement aux chaînes publiques?

D'aucuns prétendent qu'on pourrait régler les problèmes budgétaires de Radio-Canada en l'obligeant à se retirer des sports, des variétés et de l'humour. J'avoue que j'ai du mal à comprendre. Comment pense-t-on réaliser des économies en supprimant les activités les plus rentables?

Dans le privé, on ne rationalise pas en se délestant des secteurs les plus performants. On se débarrasse plutôt des canards boîteux, ce que ne peut faire la SRC/CBC, bien évidemment, eu égard à son mandat de services publics. Je suis pourtant enclin à penser que des économies peuvent être réalisées en procédant à une gestion distincte des divers genres de programmation, et en fixant des objectifs précis de rentabilité aux secteurs les plus commerciaux pour aider aux secteurs les moins rentables.

Les chiffres que j'ai vus récemment ne me convainquent pas que le secteur des sports, par exemple, contribue d'une manière suffisante au financement des émissions les moins rentables de la programmation radio-canadienne. Un maigre bénéfice de 1,9 million de dollars sur des dépenses totales de 93 millions de dollars ne me semble pas constituer un taux de rendement—2 p. 100—acceptable dans un secteur aussi profitable, même en tenant compte de la couverture du sport amateur.

J'ai déjà dépassé, je crois, le temps qui m'était alloué. C'est dommage. J'aurais aimé traiter d'autres sujets qui me tiennent à coeur, comme la couverture régionale, mais aussi internationale de l'actualité.

J'espère tout de même que ces quelques commentaires pourront vous aider dans votre recherche de solutions pour doter le pays d'un service public de qualité, adapté aux exigences de notre temps et doté de ressources adéquates.

Monsieur le président, mesdames et messieurs les députés, je vous remercie de votre attention.

Le président: Merci, monsieur Tremblay. Nous passons tout de suite à M. Raboy. Bienvenue monsieur.

M. Marc Raboy (professeur titulaire, Département des communications, Université du Québec à Montréal—présentation individuelle): Merci, monsieur le président. Je vais essayer d'être concis.

Mesdames et messieurs les députés, je suis ici en tant que chercheur qui a étudié le système canadien de radiodiffusion sous plusieurs angles, pour conclure que seule une mission forte de services publics peut faire en sorte que ce média réalise son plein potentiel en tant qu'instrument de développement social et culturel.

La radiotélévision occupe beaucoup de place dans nos sociétés modernes. Tous sont d'accord qu'il s'agit d'un puissant mode d'expression et de communication. Or, quoique son impact est principalement de nature socioculturelle, les règles du jeu qui déterminent son évolution sont établies trop souvent selon des critères politiques ou économiques.

[*Translation*]

networks that will in large part have been financed by all subscribers to basic broadcasting or telephone service.

Would it not be acceptable to tax these transactions a little to contribute to establishing a fund to assist in the production of quality Canadian programs primarily intended for the public networks?

Some have argued that the Corporation's budget problems could be solved by making it drop sports, variety and comedy. I must say that I'm having a hard time understanding this. How can we think about making savings by dropping the most profitable activities.

In the private sector, one does not rationalize operations by pushing the most productive units overboard. Rather, one gets rid of lame ducks, which the SRC/CBC can't do, of course, because of its public service mandate. And yet I'm inclined to think that savings can be made by having separate management for the various genres of programming and by establishing precise profitability objectives for the commercial areas to support the least profitable ones.

The figures I have seen recently do not persuade me that sports programming, for example, contributes sufficiently to the funding of some of the Corporation's less profitable programming. A tiny profit of $1.9 million out of total expenditures of $93 million does not seem to me to amount to an acceptable profit ratio (2%) in so profitable a sector, even if we take amateur sports coverage into account.

I believe that I have already exceeded the time I was allowed. A pity; I would have liked to be able to talk about other subjects that are dear to my heart, such as regional and international news coverage.

Nonetheless, I hope that these few comments may assist you as you look for solutions in order to provide the country with the quality public service that is suited to the demands of our time and has the resources that it needs.

Mr. Chairman, honourable members, thank you for your attention.

The Chairman: Thank you, Mr. Tremblay. Let's now go to Mr. Raboy. Welcome, sir.

Professor Marc Raboy (Full Professor, Communications Department, Université du Québec à Montréal—Individual presentation): Thank you, Mr. Chairman. I will try to be brief.

Ladies and gentlemen, I am appearing before you as a researcher who has studied the Canadian Broadcasting System from several perspectives, and has found that only a strong public service mission can ensure that this medium achieves its full potential as an instrument of social and cultural development.

Radio and television hold a very significant place in our modern society. Everyone agrees that this is a powerful medium of expression and communication. Yet although its impact is primarily social-cultural in nature, the rules of play that govern its development are all too often based on political or economic criteria.

[*Texte*]

La radiodiffusion nationale revêt une importance particulière dans le contexte actuel de mondialisation qui est en train de transformer le rôle de la culture dans la vie des sociétés. D'après une définition, la culture serait composée d'un vaste ensemble d'information et de connaissances qui permettent aux individus de se développer, de s'adapter et de participer activement à la vie sociale de leur milieu respectif.

Il y a toujours culture, mais l'un des traits distinctifs du Canada, par rapport à d'autres pays, est que nous avons toujours reconnu l'importance d'une démarche d'intervention collective par le biais d'institutions culturelles publiques afin d'assurer l'épanouissement de la culture pour le mieux-être de la collectivité. J'ose croire que l'entreprise de votre Comité s'inscrit en continuité et non pas en rupture par rapport à cette tendance historique.

J'ai évoqué la notion de développement culturel. À mon avis, la clé au développement culturel réside dans la disponibilité et l'accessibilité des ressources que l'individu peut mobiliser afin de participer pleinement, et sur une base équitable, à la vie publique de sa communauté, et dont les communautés peuvent jouir dans un monde où elles se trouvent être de plus en plus interdépendantes.

Une telle notion est fondamentale au bon fonctionnement d'une société démocratique. Elle repose sur un choix de société, et implique un engagement ferme de la part de l'État. Cet engagement doit s'exprimer par des politiques d'encadrement, bien évidemment, et également par le déploiement des fonds publics.

La radiotélévision publique est sans aucun doute un des instruments privilégiés du développement culturel. Depuis les débuts de la radiophonie, tous les États démocratiques ont reconnu l'importance de ce média comme instrument de communication. Le Canada fut parmi ceux qui, très tôt, ont opté pour la création d'une société de propriété publique investie d'une mission de services publics. Ce n'est pas la place ici d'en faire le bilan. Mais il est important de faire remarquer que malgré les problèmes semblables que rencontrent les radiotélévisions publiques à travers le monde depuis une quinzaine d'années, malgré des ajustements opérés en conséquence, aucun pays n'a remis en question cette option fondamentale.

• 1045

Au contraire, le principe de service public en radio-télévision se trouve renforcé un peu partout, à l'instar du Canada qui l'a inscrit dans la Loi sur la radio-diffusion en 1991. Le système canadien de radio-diffusion jouit d'une réputation mondiale et fait l'envie de bien des pays. Nous pouvons et nous devrions en être fiers.

L'un des éléments-clés de ce système est l'équilibre que nous avons su maintenir entre les secteurs publics et privés. Aujourd'hui, quand cet équilibre semble être remis en question par une conjoncture qui combine les difficultés financières, les transformations technologiques et une apparente érosion de volonté politique, il faut souligner que la question est en tout premier lieu un enjeu de citoyenneté.

De manière générale, les radios-télévisions publiques sont les seuls médias de masse qui ont le mandat statutaire de remplir certaines fonctions civiques. C'est cela qui les distingue de façon primordiale des autres médias. L'épanouissement de la

[*Traduction*]

National broadcasting carries special significance in the current context of globalization, which is transforming the role of culture in the life of societies. Under one definition, culture consists of a vast range of information and knowledge that allows individuals to develop, adapt and participate actively in the social life of their respective environments.

Culture is a constant, but one distinctive trait in Canada compared with other countries, has been our consistent recognition of the importance of a collective approach through public cultural institutions, to ensure the development of culture for the community's well-being. I will venture the hope that your Committee's initiative forms a continuation of rather than a break with this historic trend.

I talked about cultural development. In my opinion, the key to cultural development lies in the availability and accessibility of resources the individual can marshall to participate fully and on an equitable basis in the public life of his community, and which the communities can enjoy in a world where they find themselves increasingly interdependent.

This concept is fundamental to the smooth functioning of a democratic society. It is based on a social choice and implies a firm commitment by government. This commitment obviously must be manifest in support policies, and also in the allocation of public funds.

Public radio and television are without doubt one of the privileged instruments of cultural development. Since the earliest days of radio, all democratic countries have recognized the importance of this medium as an instrument of communication. Canada was among those who opted very early for the creation of a publicly-owned corporation with a public service mission. This brief is not the place to conduct a review of the Canadian Broadcasting Corporation. It is important to note, however, that despite the similar problems encountered by public radio and television throughout the world in the last 15 years or so, despite the resulting adjustments, no country has challenged the justification for this fundamental option.

On the contrary, the principle of public service in radio and television has been strengthened just about everywhere—as in Canada, which entrenched this in the Broadcasting Act in 1991. The Canadian broadcasting system has an international reputation which other countries view with envy. We can and should be proud.

One of the key elements of our system is the fact that we've managed to balance the private and the public sectors. Now, when this balance appears to be challenged by an environment simultaneously characterized by financial difficulties, technological change and an apparent erosion of polical will, I must stress that the issue is first and foremost one of citizenship.

In general, public radio and television are the only mass media with a statutory mandate to fulfill certain civic functions. This is what distinguishes them in a primary way from the other media. The growth of public radio and television depends on the

[*Text*]

radio–télévision publique dépend de l'information, de son importance dans le cadre d'une politique de communication plus générale doublée de la provision d'un financement adéquat à même des fonds publics. Dans la mesure où, au Canada, nous y croyons toujours, nous pouvons examiner la performance de nos institutions dans la perspective de les améliorer.

La question du financement reste plus épineuse, surtout dans une conjoncture de crise économique. Mais la crise ne durera pas toujours et il ne faut pas que les décisions qui seront prises dans ce contexte hypothèquent le système pour toujours. Bref, il ne faut pas qu'elles soient prises à courte vue.

Pour que cela se justifie, il faut qu'il y ait une démonstration d'appui de la part du public. Quelle est donc la volonté des Canadiens et des Canadiennes face à la radio–télévision publique? En tant que chercheur, j'ai eu l'occasion d'étudier de près l'expression des points de vue des publics organisés à propos de Radio–Canada à différents moments de son histoire et, notamment, lors des différentes enquêtes au sujet de la radio–diffusion depuis une dizaine d'années.

Puisque le temps me manque, je vais directement à l'essentiel. Un consensus très clair se dégage de l'ensemble de ces manifestations, quoique maintenant une vigilance critique face à la performance de la Société Radio–Canada, les secteurs actifs de la population canadienne sont à peu près unanimes à croire que celle–ci devrait jouer un rôle central et que cela implique qu'on lui fournisse les ressources nécessaires.

Bref, les services publics, et plus précisément Radio–Canada, sont l'instrument privilégié de la société canadienne pour réaliser les objectifs socio–culturels qui se trouvent inscrits dans la loi et qui ne peuvent pas être atteints par des mécanismes du marché. Ce mandat devient plus difficile à réaliser dans un contexte multicanal marqué par une pénurie de fonds publics, parce que c'est justement dans un tel contexte que l'on devrait logiquement consacrer plus de ressources, pas moins, aux services publics.

Comment rapprocher Radio–Canada du public? Personne n'a trouvé, jusqu'à présent, de façons de mesurer la performance d'un service public de radio–diffusion en fonction de sa contribution à la citoyenneté. Une piste intéressante nous est fournie par la loi sur la radio–diffusion, où il est déclaré que le système canadien de radio–diffusion devrait répondre aux besoins et aux intérêts et refléter la condition et les aspirations de tous les Canadiens et de toutes les Canadiennes.

Comment peut–on déterminer ces besoins et ces intérêts, cette condition et ces aspirations? On peut imaginer des mécanismes pour associer les différents publics à la planification de la programmation sur une base consultative, mais systématique. L'association, sur une base consultative, des éléments actifs de la population, aurait comme effet d'augmenter la base des renseignements disponibles aux programmateurs et de les influencer dans un sens positif sans nuire au processus de création ni à l'indépendance journalistique qui devraient évidemment rester libres et sans entraves.

Dans un autre registre, je n'ai aucun doute que si des mécanismes consultatifs avaient été en place en décembre 1990, nous n'aurions pas assisté aux fermetures des stations locales qui, du point de vue du rapport entre Radio–Canada et le public, étaient un désastre qui aurait peut–être pu être évité.

[*Translation*]

affirmation of its importance in the context of a broader communications policy, accompanied by the provision of adequate public funding. Provided that we in Canada maintain our belief, we can then examine the performance of our institutions with a view to improving them.

The issue of funding remains more problematic, especially in a time of recession. Yet the recession will not last forever, and the decisions to be made under the circumstances must not compromise the system forever after. In a word, they must not be short–sighted.

To justify this approach, there must be a demonstration of public support. What then is the will of Canadians with regard to public radio and television? As a researcher, I have had the opportunity to closely study the articulation of views by organized public groups on the Canadian Broadcasting Corporation at different moments in its history and particularly during various inquiries on broadcasting held in the last 10 years.

Since I don't have much time, I'll go directly to the substance of my presentation. A clear consensus has emerged from all these point of views, although there is now a critical vigilance over the Canadian Broadcasting Corporation's performance, almost all active sectors of the Canadian population believe that the CBC should play a central role, and that this requires allocation of the necessary resources.

In brief, public service and the Canadian Broadcasting Corporation in particular are the preferred instruments of Canadian society for achieving the social cultural objectives entrenched in the legislation, which cannot be achieved by market mechanisms. This mandate becomes increasingly difficult to carry out in a multichannel environment marked by a shortage of public funds, as it is precisely in this situation that more, not fewer, resources logically should be allocated to public service.

How can the CBC develop closer ties with the public? No one to date has found ways to measure the performance of a public broadcasting service based on its contribution to citizenship. One way out of this impasse might draw inspiration from Canada's new Broadcasting Act, which stipulates that the Canadian Broadcasting System should serve the needs and interests, and reflect the circumstances and aspirations of all Canadian men and women.

But how can we determine these needs and interests, the circumstances and aspirations? We can think of mechanisms to make various groups participate in planning programming on a consultative, but systematic, basis. Involvement, on an advisory basis, of active public elements could only increase the information base available to programmers, and influence them in a positive manner, without impeding the creative process or obstructing journalistic independence, which obviously should remain free and unfettered.

In another vein, I have no doubt that if advisory mechanisms had been in place in December 1990, we would not have seen the local station closures that were a public relations disaster for the CBC that might have been avoided.

[*Texte*]

Radio–Canada a déjà entretenu des rapports beaucoup plus soutenus avec des associations diverses. Il serait temps de renouer avec cette pratique en systématisant de nouveaux mécanismes. Les démarches annoncées par Radio–Canada, dans son plan stratégique en date du premier novembre dernier, constituent un pas dans ce sens et méritent notre appui, mais on pourrait sans doute aller encore plus loin.

Quel est le rôle de Radio–Canada dans le contexte multicanal? Nous vivons à l'heure actuelle, dans de nombreux secteurs, l'instauration d'une société à deux vitesses. Quoique les contraintes soient importantes, il faut garder nos institutions publiques à l'abri le plus possible des considérations pouvant faire en sorte qu'elles ne soient pas accessibles à tous sur un même pied d'égalité. La radio–télévision du secteur privé répond à une logique commerciale. Quoi qu'on en dise, cette logique lui fait servir les besoins de ses actionnaires.

• 1050

Radio–Canada, en tant que pivot du système, y a un rôle définitif à jouer.

Les exemples de *Newsworld* et du RDI en témoignent. Radio–Canada devrait justement être présente dans le développement et l'implantation des nouveaux types de service. En même temps, elle devrait continuer à développer son service de base en tant que première chaîne généraliste. Elle ne devrait pas abandonner les créneaux rentables dans la mesure où ceux–là sont compatibles avec son mandat de service public.

On parle souvent du fait que la télévision publique ressemble trop à celle du secteur privé. L'inverse est également vrai. La radiodiffusion publique a un effet d'entraînement sur l'ensemble du système au–delà des auditoires qu'elle s'est attirés vers ses propres émissions.

Mais une certaine prudence s'impose. En se diversifiant vers les nouveaux services à valeur ajoutée, Radio–Canada empiète déjà un peu sur le principe de l'accessibilité universelle. Dans les circonstances, c'est à la fois logique et nécessaire pour que le service public reste à la fine pointe des développements des nouveaux services en situation concurrentielle, et pour que les valeurs des services publics soient présentes dans tous les secteurs à travers l'ensemble du système.

Il serait logique, aussi, que de tels services soient de distribution obligatoire puisqu'il s'agit de services dont on ne saurait priver aucune partie de la population sur la seule base de considération économique.

Parallèlement, et toujours selon la même logique, il faudra préserver le caractère généraliste du service de base, assurer qu'il soit de qualité et concurrentiel sur tous les plans avec ceux du secteur privé.

Je n'ai pas développé, dans ce bref exposé, de propositions précises quant au financement, mais il me semble logique que le financement continue de provenir de sources multiples, et évident que, pour atteindre les multiples facettes du mandat de Radio–Canada, une importante mise de fonds publics s'impose.

Ce que j'espère avoir démontré, c'est que ce financement public est non seulement indispensable, il est tout à fait légitime.

[*Traduction*]

In the past, the CBC has maintained much more induring links with various associations. It is time to return to this practice by systemizing new mechanisms. The measures announced by the CBC in its strategic plan of November 1, 1994, constitute a step in the right direction and deserve our support, but we could definitely do more.

What is the CBC's role in a multichannel environment? Many sectors are now witnessing the emergence of a "two speed society". Although the constraints are severe, we must shelter our public institutions as much as possible from considerations that might reduce their universal accessibility. Private sector broadcasting obeys commercial logic. Whatever may be said, this logic forces private broadcasters to serve their shareholders needs.

The CBC—the pivotal point in the system, has a role to play.

The examples of *Newsworld* and RDI are evidence of this. The CBC should in fact be active in the development and introduction of new types of service. At the same time, it should continue to develop its basic service, as the prime generalist network. It should not abandon viable niches, provided these are compatible with its public service mandate.

There is often mention of the fact that public television too closely resembles private sector television, yet the opposite is also true: public broadcasting has a spin–off effect on the entire sector, beyond the audiences it manages to attract to its own programs.

However, some caution is necessary. By diversifying into new value–added services, the CBC is already straying somewhat from the principle of universal access. Under the circumstances, this is both logical and necessary for public service to remain on the cutting edge of development of new services in a competitive environment, and for the values of public service to be present in all sectors, throughout the entire system.

Yet it would also be logical for delivery of such services to be compulsory, since these are services that could not be denied to any part of the population solely on economic grounds.

In conjunction with this and following the same logic, we must preserve the generalist nature of the basic service, ensure that it provides quality and is competitive on all levels with private sector services.

In my brief presentation, I did not develop specific proposals about funding, but it seems logical that the CBC be funded from several sources, and it is obvious that to fulfill the many aspects of its mandate, the CBC must receive a significant amount of funding.

I hope I was able to show you that public funding is not only indispensable, but completely legitimate as well.

[*Text*]

Je vous remercie de votre patience et de votre attention.

Le président: Merci, monsieur Raboy.

Mme Gagnon (Québec): Vous avez des présentations très intéressantes quoique différentes de vos interlocuteurs précédents.

J'aimerais poser une question à M. Raboy. Vous dites qu'il y a un point central de votre document qui mentionne que la SRC doit prendre des mesures pour se rapprocher du public. Vous déplorez qu'il n'existe aucun mécanisme qui formaliserait les rapports entre la SRC et le public.

Pouvez–vous élaborer longuement sur ces mécanismes qu'il serait bon de créer? Comment des mécanismes consultatifs auraient pu empêcher les fermetures, par exemple, en régions?

M. Raboy: En ce qui concerne l'exemple que j'ai donné, ils ne pouvaient pas l'empêcher, mais ils auraient donné un écho à la haute direction de la Société qui l'aurait incitée, possiblement, de trouver une autre solution au problème. Je veux insister quand même sur l'aspect consultatif. Je ne veux pas proposer qu'il y ait des mécanismes qui se mettent à la place des gens qui devraient avoir l'autonomie de gérer et de créer des émissions, mais plutôt de donner un signe autre que celui qui vient des émissions une fois qu'elles sont programmées pour indiquer un peu les besoins, les aspirations, les intérêts du public.

En ce qui concerne le type de mécanisme, on pourrait envisager cela de différentes manières. Ce serait souhaitable, à mon avis, que, au niveau national ainsi que régional, il y ait des comités ou des conseils composés de gens qui manifestent une préoccupation pour la radiodiffusion dans les différents milieux, qui se rencontreraient systématiquement sur une base régulière avec les personnes impliquées, notamment au niveau de l'élaboration des grandes lignes et des grilles de programmation, pour donner un *input* à ce processus.

Mme Gagnon: Merci.

Puis–je poser une deuxième question, cella–là à monsieur Tremblay?

Vous affirmez que, dans l'entreprise privée, on ne rationalise pas assez en délestant des secteurs les plus performants, mais qu'on se débarrasse plutôt des canards boiteux. Qu'entendez–vous par canards boiteux? À quel type d'émissions faites–vous référence?

M. Tremblay: Pour l'entreprise privée, un canard boiteux ce serait une émission qui ne va pas chercher d'auditoire suffisamment important pour légitimer qu'on lui laisse sa programmation parce qu'elle ne génère pas assez de revenus pour couvrir les coûts.

• 1055

Je ne pointais pas de canards boiteux à Radio–Canada. Je disais tout simplement qu'il y a des secteurs qui, à cause du mandat même de Radio–Canada, ne seront jamais rentables, même s'ils sont très populaires. Vous savez comme moi que les téléromans ne font pas d'argent. Il n'y a pas un téléroman québécois qui couvre ses frais, même s'ils sont extraordinairement populaires. Certains téléromans vont chercher jusqu'à 3 millions de spectateurs.

[*Translation*]

Thank you for your patience and your attention.

The Chairman: Thank you, Mr. Raboy.

Mrs. Gagnon (Québec): Your presentations were both very interesting although quite different from those of the previous witnesses.

I'd like to ask Mr. Raboy a question. You said that a major point contained in your brief suggests that the CBC/SRC should develop closer ties with the public. You deplore the fact that there is no mechanism to formalize the relationship between the CBC/SRC and the public.

Can you give us some details about such mechanisms? How could consultative mechanisms have prevented the closure of regional stations, for instance?

Prof. Raboy: In terms of the example I gave, consultations would not have prevented the closing of those stations, but they would have sent a message to senior officials of the CBC which might have led them to find another solution to the problem. I still want to insist on consultations. I'm not suggesting that there should be mechanisms to replace the people who should have a free hand in managing and creating programming, but rather mechanisms other than audience ratings to assess the needs, the aspirations and the interests of the public.

These kinds of mechanisms can be looked at from different angles. Personally, I would like to see national and regional committees or boards made up of people who are concerned about broadcasting in different regions. To participate in the process, they could meet regularly with the people in charge of creating programming, particularly those involved in defining program direction and scheduling.

Mrs. Gagnon: Thank you.

May I ask a second question of Mr. Tremblay?

You said that the private sector does not streamline its programming enough because it doesn't drop its most profitable programs but rather gets rid of its lame ducks. What do you mean by lame ducks? What kind of programs are you talking about?

Prof. Tremblay: In the private sector, a lame duck is a program whose audience ratings are not high enough to warrant keeping it because it doesn't generate enough revenue to cover costs.

I wasn't trying to single out any particular lame ducks in Radio–Canada. I was merely saying that because of the CBC's mandate, some sectors will never be profitable, even if they are very popular. You know as well as I do that the *téléromans* or television serials do not make any money. There is not a single Quebec *téléroman* that breaks even, even though they are extremely popular. Some of these serials attract an audience of up to 3 million viewers.

[*Texte*]

Proportionnellement, il n'y a pas d'émission, bien sûr au Canada anglais, mais même pas aux États–Unis, qui atteint un tel succès. *The Wheel of Fortune* va chercher peut–être 50 à 60 millions de téléspectateurs, mais sur 250 millions, proportionnellement, c'est un moindre succès que *Les filles de Caleb*.

Même avec ce succès, le marché québécois est tel que les coûts de production ne sont jamais entièrement assumés, tout au moins à la première diffusion. Je ne pointais pas, je ne visais pas de canards boîteux en particulier. Je disais que dans la logique de l'entreprise, on se déleste des canards boîteux, c'est–à–dire de ceux qui ne rapportent pas assez de recettes compte tenu des coûts de production. Mais bien sûr, pour Radio–Canada, la même logique ne saurait s'appliquer.

Ce que j'essayais de dire, c'est que Radio–Canada souvent se défend en disant: «On doit faire du sport parce que c'est un secteur rentable, et on ne peut pas faire que des émissions qui ne rapportent pas.» Ce avec quoi je suis tout à fait d'accord. Et en fonction de son mandat de généraliste, il doit faire tous les genres. Le sport est rentable dans le privé et il devrait l'être à Radio–Canada aussi. Donc, le chiffre que je donne, un taux de rendement de 2 p. 100, il n'y a pas une entreprise privée qui accepterait un rendement comme cela pour les émissions de sport.

Ce que je dis c'est que Radio–Canada pourrait augmenter sa rentabilité dans le secteur des sports pour compenser dans d'autres secteurs où c'est impossible de dégager une marge bénéficiaire.

Mme Tremblay: Monsieur Tremblay, quand Radio–Canada dit qu'elle fait 1,9 million de dollars, le syndicat, de son côté, nous dit que ces profits sont plutôt de 20 millions de dollars. Cela dépend comment les livres sont tenus. Il semble qu'ils font pas mal plus d'argent que cela. Pas plus tard que mardi de cette semaine, j'avais des gens dans mon bureau qui me disaient que, en ce qui a trait à un téléroman, lors de la première présentation, Radio–Canada faisait ses frais, et qu'à partir de la deuxième et de la troisième présentation, c'est un profit net pour la Société. Donc, il faudrait voir des chiffres là–dessus. Il faudrait voir, pour appuyer ce que vous dites catégoriquement, que Radio–Canada ne fait pas d'argent avec les téléromans. Avez–vous des chiffres pour nous dire cela?

M. Tremblay: Radio–Canada ne fait pas d'argent, pas plus que les privés. Au Québec, les téléromans ne sont pas rentables.

Mme Tremblay: Eh bien! Dans ce cas–là. . .

M. Tremblay: Il faudrait effectivement qu'on compare nos chiffres, mais ceux qui me viennent spontanément à l'esprit, vous avez peut–être vu que, en 1988, cela a été repris par la suite, Radio–Canada avait fait une émission qui s'appelait *Télédollars*, et tous les responsables des télévisions francophones au Québec avaient effectivement affirmé, et chiffres à l'appui, qu'ils ne faisaient pas d'argent avec les téléromans.

Je rejoindrais une question que vous posiez à mon collègue Colin, d'Alberta, plus tôt, lorsque vous lui avez demandé: «Où prenez–vous vos sources pour comparer les programmations francophones au Québec?» Il a dit qu'il se fondait sur les jugements des experts. Je voudrais juste vous dire que j'ai procédé à des comparaisons de programmations depuis 1982, et qu'il y a une certaine distinction au Québec.

[*Traduction*]

Proportionately speaking, there are no programs, either in English Canada of course, or even in the United States, with such ratings. *The Wheel of Fortune* may attract between 50 and 60 million viewers but that is out of a population of 250 million and proportionately speaking, is not in the same league as *Les filles de Caleb*.

Even with this kind of success, the Quebec market is such that production costs can never be entirely covered, at least for the first broadcast. I was not attempting to single out any particular lame ducks. I was saying that the logic of the business is to get rid of the lame ducks, that is those programs that do not draw enough revenue taking into account the production costs. But of course in the case of Radio–Canada, the same logic cannot be applied.

CBC/Radio–Canada in its defense often claims that it has to offer sports programming because this is a profitable area and it can make up for programs where there is a loss. I can go along with that point of view. Because of its mandate as a general broadcaster, it must offer all types of programming. Sports programming is profitable for private networks and it should be for CBC/Radio–Canada as well. The figure I've given, a rate of 2 p. 100, would not be an acceptable profit margin for sports broadcasting in the private sector.

What I'm saying is that CBC/SRC could increase its profitability in sports broadcasting to make up for other sectors where it's impossible to make a profit.

Mrs. Tremblay: Mr. Tremblay, the CBC/SRC talks about profits of 1.9 million dollars but the union claims that they are more in the neighbourhood of 20 million dollars. It depends on how the books are kept. It would seem that they're making more money than they claim. Only this Tuesday there were people in my office maintaining that Radio–Canada broke even as of the first presentation of a *téléroman* and that it was straight profit for the corporation following the second or third episode. So it would be important to have a look at the figures. Do you have any figures to back up your claim that Radio–Canada does not make any money with its *téléromans*?

Prof. Tremblay: Radio–Canada doesn't make any money on them, nor do the private networks. In Quebec the *téléromans* are not profitable.

Mrs. Tremblay: Well in that case. . .

Prof. Tremblay: It would be useful to compare our figures but what I remember, is something that you might have seen in 1988, Radio–Canada produced a program called *Télédollars* where spokespersons for all the French networks in Quebec maintained, with figures to support their position, that they did not make any money with these *téléromans*.

I'd like to go back to a question you put to my colleague Colin from Alberta when you asked him where he obtained his sources to compare the French language programming in Quebec. He said it was based on expert opinion. I'd just like to tell you that I did make program comparisons starting in 1982 and there are certain distinctive features to be noted in Quebec.

[*Text*]

La programmation de Radio–Québec n'est pas comme celle de Radio–Canada. Celle de TQS se distingue aussi, peut–être d'une manière qu'on trouve moins heureuse, mais elle se distingue largement. Les deux qui se ressemblent le plus sont Télé–Métropole et Radio–Canada.

C'est une influence à deux sens. Il n'y a pas qu'un sens, que Radio–Canada serait devenue une télévision très commerciale, et qu'elle ressemblerait de plus en plus à Télé–Métropole. Quand on regarde les choses sur une période historique donnée, on voit que le rôle de leadership de Radio–Canada a eu un effet salutaire sur Télé–Métropole. Je suis convaincu personnellement que si Radio–Canada ne faisait pas de téléromans, qu'il n'y a pas un privé qui en ferait au Québec.

Le président: C'est très intéressant.

Mr. Hanrahan: Mr. Tremblay, you state on page 4 of the English translation that:

> We must ensure that all citizens of this country have universal, free access to quality, diversified television programming by which they may be enriched, informed and entertained through contact with the best cultural creators and producers from home and abroad.

I just want to ask the very basic question: who decides who are the best cultural creators from home and abroad?

M. Tremblay: C'est une très bonne question. Selon moi, il n'y a jamais personne qui a réussi à répondre à cela. Certains prétendent que le meilleur jugement est celui du marché, et de regarder les auditoires. L'histoire nous apprend par ailleurs que certaines productions qui n'ont pas connues un public très large au début, se sont avérées des productions très riches pour l'ensemble de l'humanité.

[*Translation*]

Radio–Quebec programming is not the same as that of Radio–Canada. TQS also has its own style, perhaps in not as fortunate manner, but certainly very distinctive. The two with the greatest resemblance are Télé–Métropole and Radio–Canada.

This is a two–way street. The influence is not entirely one way with Radio–Canada becoming increasing commercial and more and more like Télé–Métropole. Over a given historical period, the leadership role played by Radio–Canada can be noted as having a beneficial effect on Télé–Métropole. And personally I'm convinced that if Radio–Canada had not started making *téléromans*, then there wouldn't have been any private broadcasters doing them in Quebec.

The Chairman: That's very interesting.

M. Hanrahan: Monsieur Tremblay, vous dites à la page 4:

> Il faut assurer à tous les citoyens de ce pays un accès universel et gratuit à une programmation télévisuelle de qualité et diversifiée qui leur permette de s'enrichir, de s'informer et de se divertir au contact des meilleurs créateurs et producteurs culturels d'ici et ailleurs.

J'aimerais vous poser une question fondamentale. Qui décide qui sont les meilleurs créateurs et producteurs culturels d'ici et ailleurs?

Prof. Tremblay: That's a very good question. As I see it, no one has ever been able to answer it. Some maintain that this is best left up to the appreciation of the market and the number of viewers is the decisive factor. However history shows us that some productions that have not been a great public success at the beginning have proven to be of great value to humanity.

• 1100

Je ne prends qu'un exemple parmi d'autres, mais Van Gogh se retournerait dans sa tombe de voir le prix qu'on offre pour ses peintures aujourd'hui. Il ne réussissait pas à en vivre à son époque et si on avait jugé de la qualité de sa peinture au prix du marché à ce moment–là, on l'aurait oublié dans l'histoire.

La qualité, c'est très difficile et je ne pense pas qu'il y ait de recettes ou de critères très stricts, sinon une convergence de facteurs. Je pense que Radio–Canada ne doit pas se cantonner uniquement dans une production d'élite. Je pense que cela serait aussi une erreur de se fier uniquement aux cotes d'écoute, que les jugements qui sont donnés parfois par des comités, que ce soit Téléfilm Canada, que ce soit des comités d'experts, que ce soit la reconnaissance internationale, etc., je pense qu'il y a une convergence de facteurs qui peuvent nous dire, au bout d'un certain temps, que oui, la programmation est de bonne qualité.

Je dirais que, même en visant les plus hauts standards, Radio–Canada a droit à l'erreur comme n'importe qui et que même en visant cette grande qualité, il peut se glisser—et il s'en glisse effectivement—des productions de mauvaise qualité ou de moins bonne qualité. Je ne proposerais certainement pas qu'il y ait une sorte de comité de sages composé de cinq personnes qui décident arbitrairement—surtout pas des universitaires—de la qualité des programmes.

Just an example among others—I'm sure that Van Gogh would turn in this grave if he saw the prices his paintings go for today. He wasn't able to make a living in this day and if the quality of his work had depended on market appreciation at the time, he would have passed into oblivion by now.

Quality is a very difficult matter to decide and I don't think there is any strict formula or standards but a set of factors. I don't think that the CBC can limit itself to high brow productions. It would also be a mistake to rely solely on viewer ratings or the opinions of different groups or committees, whether it be Telefilm Canada, committees of experts or international recognition. I think there's a whole set of factors that, after time, can indicate whether programming is of good quality.

I would even say that in aiming at the highest standards, the CBC/SRC is entitled to make mistakes like anyone else and productions of poor or mediocre quality will occur. I was certainly not suggesting the creation of a committee of so–called experts, particularly experts from universities, to make arbitrary decisions about the quality of programs.

[*Texte*]

Mr. Hanrahan: Mr. Raboy, on page 6 of your document you say:

> In brief, public service and the Canadian Broadcasting Corporation in particular are the preferred instruments of Canadian society for achieving the sociocultural objectives entrenched in the legislation, which cannot be achieved by market mechanisms.

Somewhere in this is a question similar to the one I asked Mr. Tremblay. I'm looking at the phrase "in particular are the preferred instruments of Canadian society". Says who?

Prof. Raboy: Well, at the present time there is

un préjugé favorable

in the legislation itself, in existing policy documents such as the previous government's policy statement of June 1988, which referred to the CBC as

le pivot du système.

The point I'm trying to make there—and I think by extension you could ask this—is what would we do to meet these objectives, assuming we still believe in these objectives?

I would point out that the procedure leading up to the rewriting of the act was a five-year procedure, involving extremely vast consultation from end to end of the country and hundreds of groups appearing before committees such as this and other committees as well. It really is a consensual document. Of course, no legislative text lasts forever, and you could bring it back onto the table.

But assuming we still believe in those broad general objectives, if we didn't make CBC the preferred instrument for realizing this, then you would have to introduce all kinds of new regulatory requirements and new obligations, which you would ask the private sector to fulfil. There is no inclination to move in that direction so far as I can see.

So the bottom line is what is the role of broadcasting in this country? We had a national debate on this. We came to a consensus. If you want broadcasting to fulfil that role, then you have to have institutions to carry it out. It seems to me that has to be the starting point of looking at the nuts and bolts of what the CBC does in this country.

Ms Brown (Oakville—Milton): Thank you to the witnesses for their thoughtful presentations, based on years of study. We appreciate that, as opposed to people who are the sudden experts on the CBC because they've watched TV and listened to the radio.

The Chair: That's us.

• 1105

Ms Brown: We've had many types of witnesses. We had witnesses who are very familiar with the incoming technology and are obviously fascinated by it. We've had witnesses who are ideologically opposed to government funding and prefer the marketplace. We've had witnesses who are competitors of the CBC and have a vested interest in its marginalization or in the diminution of its reach. So we're trying to juggle all these ideas without that same grasp of technology.

[*Traduction*]

M. Hanrahan: M. Raboy, à la page 6 de votre document, nous dites:

> Bref, le service public et plus précisément Radio-Canada est l'instrument privilégié de la Société canadienne pour réaliser les objectifs socio-culturels qui se trouvent inscrits dans la loi et qui ne peuvent pas être atteints par des mécanismes du marché.

Cela m'inspire une question semblable à celle que j'ai posée à M. Tremblay. Vous dites que c'est l'instrument privilégié de la Société canadienne. D'après qui?

M. Raboy: Eh bien, je crois qu'il existe à présent

a certain predisposition

dans la loi elle-même, et dans certains documents comme l'exposé de principes de l'ancien gouvernement publiée en juin 1988, qui décrivait Radio-Canada comme

the pivot of the system.

La question que je me pose ici—et je pense que vous pourriez la poser vous-mêmes—est la suivante: de quelle façon réalisons-nous ces objectifs, dans la mesure où nous les considérons toujours comme valable?

Je signale que la nouvelle rédaction de la loi a été l'aboutissement de cinq ans de consultations partout au Canada et que des centaines de groupes ont comparu devant des comités comme le vôtre. C'est donc un document qui a fait l'objet d'un consensus. Évidemment aucun texte législatif ne dure toujours et il serait toujours possible de rouvrir le dossier.

Mais en admettant que nous acceptons toujours ces grands objectifs fondamentaux, si Radio-Canada ne constituait pas notre instrument privilégié pour leur réalisation, il serait nécessaire d'introduire toutes sortes de nouveaux règlements et astreindre le secteur privé à une multitude d'obligations nouvelles. Jusqu'ici je n'ai pas constaté de tendance dans cette direction.

En fin de compte, il faut s'interroger sur le rôle de la radiotélédiffusion au Canada. Nous avons eu un débat national à ce sujet et nous en sommes arrivés à un consensus. Si vous voulez charger les radiodiffuseurs de remplir cette mission, il faut avoir les institutions appropriées. Je pense que cela doit être le point de départ de notre réflexion sur le rôle de Radio-Canada.

Mme Brown (Oakville—Milton): Je voudrais remercier les témoins de leurs exposés bien réfléchis fondés sur des années d'étude. C'est un facteur auquel nous sommes sensibles, il ne s'agit pas d'experts improvisés sur Radio-Canada simplement parce qu'ils ont regardé la télévision et écouté la radio.

Le président: Cette dernière catégorie, c'est nous.

Mme Brown: Nous avons entendu des témoins de tous genres. Certains qui connaissent très bien la nouvelle technologie et qui manifestement sont fascinés par elle. D'autres qui, par principe sont opposés au financement d'état et qui préfèrent s'en remettre au marché. Des témoins enfin qui sont concurrents de Radio-Canada et qui pour cette raison ont intérêt à la marginaliser ou à réduire son influence. Nous essayons donc de tenir compte de tous ces points de vue sans cette même maîtrise de la technologie.

[*Text*]

How long do you think it will be before the 500–channel universe is generally accessible to the public? We're told by some that it's around the corner, that the technology is already there. I'm more interested in the general application, not that 20% of the public afford can afford it but that 90% of the public have access to it as part of their daily life. How long do you think that would take?

M. Tremblay: Je n'ai pas de réponses très précises parce que, bien sûr, même les intervenants dans l'industrie peuvent difficilement nous le préciser, mais je peux évoquer un certain nombre de faits qui sont dans l'actualité.

Des satellites lancés par Hughes Aircrafts sont prévus pour 1994–1995. Ce sont des satellites américains qui seront disponibles au Canada pour environ 80 p. 100 de la population. On pourra les capter avec une petite antenne dont le prix est évalué à 1 000$. On dit que les satellites de Hughes pourront offrir, avec la compression vidéo–numérique, entre 200 et 300 canaux.

L'an passé, les câblodistributeurs ont obtenu du CRTC l'autorisation de moderniser leurs réseaux pour, eux aussi, pouvoir pratiquer la compression vidéo–numérique et l'adressabilité universelle. Le plan qu'ils ont déposé devant le CRTC est un plan sur sept ans. Il y a déjà des tronçons, des segments à Montréal et à Toronto qui peuvent être opérationnels assez rapidement. Je ne pourrais pas vous dire combien cela représente en pourcentage d'abonnés. Il faudrait interroger davantage M. Rogers ou M. Chagnon que moi là–dessus, mais si leur plan est sur sept ans, cela peut vous donner un horizon que la câblodistribution ne pourra offrir, au pays, 200 ou 300 canaux à l'ensemble de ses abonnés, qu'au terme de ces sept ans. M. Bureau a annoncé qu'Astral se lançait lui aussi dans l'offre de services par satellites. Ce sera au cours de la prochaine année.

Personnellement, je pourrais ajouter qu'il y a plusieurs choses derrière ces 200 ou 300 canaux. Certaines personnes s'imaginent qu'on va avoir 200 chaînes de télévision, c'est–à–dire 200 CTV, CBC, ABC ou NBC. C'est complètement irréaliste de penser ainsi, tout au moins à court terme et même à long terme, car le Canada, même si on se dit très créateur, n'aura jamais assez de contenu pour occuper 200 ou 300 canaux ou stations de télévision. Une bonne partie de ces canaux seront utilisés pour offrir la télévision à la carte, ce qui est le club vidéo à domicile, le cinéma à domicile. Une autre partie sera consacrée aux transactions commerciales, et UBI, qui est le projet de Vidéotron, va démarrer au Saguenay—Lac Saint–Jean.

La compagnie Vidéotron installe, à partir de l'automne, ce système qui pourra offrir, je ne sais pas exactement combien, mais plus de canaux que maintenant, comme la télévision interactive, la télévision à la demande, et aussi certains services commerciaux, transactions commerciales, comme Hydro–Québec qui est intéressé et partenaire dans l'entreprise.

C'est un peu ces transactions que je visais en proposant que ce pourrait être une source de financement additionnelle pour Radio–Canada. Une compagnie comme Hydro–Québec qui investit dans ce projet y voit certainement son intérêt commercial de manière intéressante. C'est sûr que de faire un relevé automatique des compteurs permettra une certaine économie sur les employés à Hydro–Québec. Empruntant à un réseau public, il me semble qu'il pourrait contribuer à la

[*Translation*]

D'après vous, combien de temps faudra–t–il avant que cet univers des 500 chaînes soit généralement accessible au public? D'aucuns prétendent que c'est imminent, que la technologie est déjà en place. Ce qui m'intéresse c'est son application générale, pas les 20 p. 100 de la population qui ont les moyens de se payer ce service mais les 90 p. 100 du public qui y auront accès de façon quotidienne. Dans combien de temps est–ce que cela va arriver, d'après vous?

Prof. Tremblay: I don't have a precise answer to give you because even those who are directly involved in the industry cannot give a specific timeframe but there a certain number of relevant facts that may be of interest.

The satellites launched by Hughes Aircrafts are expected for 1994–95. They are American satellites that will be accessible to about 80% of the population of Canada. The signals can be captured by a small antennae costing about $1,000. Apparently these Hughes satellites will make between 200 and 300 channels available through digital video compression.

Last year cable companies were authorized by the CRTC to modernize their networks so that they would also be able to offer digital video compression and universal addressability. The plan they put before the CRTC is a seven year one. There are already segments in Montreal and Toronto that can be made operational fairly quickly. I can't say how many subscribers that would account for. You'd have to ask Mr. Rogers or Mr. Chagnon about that but if theirs is a seven year plan, then this means that cable companies will not be able to offer 200 or 300 channels to all their subscribers until the end of the seven year period. Mr. Bureau announced that Astral was also going to be offering satellite service as of next year.

Speaking personally, I'd like to make a point about these 200 or 300 channels. Some people imagine that we're going to have 200 television channels like 200 CTVs CBCs ABCs or NBCs. This is completely unreaslistic, especially for the short term and even for the long term because no matter how creative Canadians may be, Canada will never have enough content to occupy 200 or 300 channels or television stations. A god number of these channels will be used to provide viewer choice television, that is a type of home video club, home movies. Another will be devoted to commercial transactions, and UBI, which is Vidéotron's project will start in the Saguenay—Lac Saint–Jean area.

Starting this fall the service will be made available by Vidéotron with a greater number of channels, I don't know exactly how many, such as interactive television, on demand television as well as a number of business services and commercial transactions. Hydro–Quebec is interested in being a partner in this undertaking.

These were the kinds of transactions I was thinking of when I mentioned them as being a possible source of additional revenue for the CBC. When a company like Hydro–Quebec invests in this kind of project, it must certainly be aware of the potential for profit. It's obvious that an automatic reading of Hydro meters would certainly represent a savings for the company. Borrowing from a public network, it could probably contribute to the production of content for networks designed

[*Texte*]

production de contenus pour des réseaux qui ont d'abord été essentiellement conçus pour diffuser des contenus et qui ont été assumés financièrement, payés, par ceux qui voulaient recevoir des contenus.

Ms Brown: I'm aware of the things that could happen. The reason I'm trying to get at the length of time you think it will take not only to make it available to consumers to buy but also for sufficient consumers to buy in and have the price drop, as always happens with these things, so that most people can afford it and have access to it, is because we understand from various witnesses that most broadcasters are in trouble today. People say the CBC is in trouble, but we know they are all in trouble as they stumble through this period of evolution, trying to figure out what's going to happen and what their role will be in it.

• 1110

So my real question is this. We have some role in the governance of the CBC, even though we're not on the board of directors, through the parliamentary appropriation and through the minister and his assignment to us to look at this. Is it prudent for us to start thinking about making major changes to the funding of the CBC, as an example eliminating advertising from their possible sources of revenue, or reducing the parliamentary appropriation, in this period of transition? If we do that, might we not then marginalize them so they no longer can play in the game of trying to get into this new multi-channel universe in a satisfactory way?

M. Tremblay: Il se trouve que ce serait extrêmement imprudent de bouleverser complètement, par exemple, le mode de financement de Radio-Canada. Je serais d'accord d'enlever la publicité à Radio-Canada. Je serais même ravi, mais à la condition que le Parlement comble cela par des crédits qui compenseraient. C'est complètement irréaliste, dans la conjoncture actuelle, de penser qu'on va donner 300 millions de dollars de plus à Radio-Canada.

Les sources de revenus envisagées pour le futur vont se développer progressivement, mais elles ne sont pas là pour l'instant. Ce que j'entends à la radio, à la télévision et ce que je lis dans les journaux actuellement, sur les possibles compressions, non seulement à Radio-Canada mais à toutes les grandes institutions culturelles fédérales, me rend très inquiet.

Ces premiers réseaux, au fur et à mesure de leur développement, vont avoir besoin de contenu. Les contenus les plus immédiatement accessibles sont les contenus qui proviennent d'Hollywood. La pression du contenu étranger va être encore beaucoup plus forte au fur et à mesure que cette technologie va se développer.

Bref! CBC et Radio-Canada ont des faiblesses, nul n'est parfait, mais il n'en demeure pas moins que c'est une grande institution de production et de diffusion de la culture pour l'ensemble des Canadiens dans les deux langues. Ce serait très imprudent de mettre cette grande institution dans une situation telle qu'elle ne pourrait plus remplir son rôle, exercer son leadership et jouer ce rôle d'aiguillon par rapport à l'entreprise privée. Cela énerve un peu l'entreprise privée, mais elle est

[*Traduction*]

essentially for the broadcasting of content and paid for by those wishing to receive such content.

Mme Brown: Je suis au courant de toutes ces éventualités. La raison pour laquelle j'essaye d'avoir plus de précisions concernant le délai nécessaire pour que le service soit accessible non seulement à la minorité mais à un nombre suffisant pour permettre au prix de baisser, comme cela se produit toujours, pour le rendre accessible à la plupart des gens c'est que différents témoins nous ont fait remarquer que la plupart des radiodiffuseurs sont en difficultés à l'heure actuelle. On dit que la SRC a des ennuis mais nous savons que tous les radiodiffuseurs sont en difficulté alors qu'ils traversent cette période d'évolution essayant de prévoir comment les choses vont se passer et quel sera leur rôle dans le nouveau système.

Voici donc ma question. Nous avons un certain rôle à jouer dans l'administration de CBC/SRC, même si nous ne siégeons pas au conseil d'administration dans la mesure où c'est nous qui votons les crédits parlementaires de la Société et parce que le ministre nous a donné le mandat d'examiner cette question. Est-ce prudent pour nous de commencer à envisager des modifications importantes au financement de la CBC/SRC, par exemple l'élimination de la publicité comme source de revenu, ou bien la réduction des affectations parlementaires, pendant cette période de transition? De telles mesures ne risquent-elles pas de marginaliser CBC/SRC de sorte qu'il lui sera impossible de participer à ce nouvel univers de chaînes multiples de façon satisfaisante?

Prof. Tremblay: It would indeed very imprudent to bring about a total upheaval in the manner of funding of the CBC/SRC. I would certainly agree to remove advertising from the CBC and I would even be delighted provided the deficit were made up through Parliamentary appropriation. It's completely unrealistic to imagine in the present state of the economy that we'll be giving an extra $300 million to the CBC.

Sources of revenue for the future will develop gradually but they are not available right now. What I hear on radio and television and read in newspapers about possible cutbacks not only in the CBC but in all the main federal cultural institutions does give me great cause for concern.

As these new networks develop, they will require content. The most immediately available content comes from Hollywood. The pressure from foreign content will be even stronger as the technology develops.

In short, the CBC and Radio-Canada do have shortcomings, no one is perfect, but the fact remains that it is a very important institution for the production and broadcasting of culture throughout Canada in both languages. It would be very unwise to put this great institution in the situation where it is no longer able to carry out its role and exercise leadership, stimulating the private sector. It may be an annoyance to the private sector but it still has to produce certain kinds of content. That's why I

[*Text*]

obligée de produire un certain type de contenu. C'est pourquoi j'évoquais les téléromans. Il y a d'autres contenus comme cela qu'ils doivent faire parce que Radio–Canada le fait et qu'ils voient les résultats auprès de la faveur du public.

Personnellement, je pense, et je l'ai dit dans ma présentation, que je suis de ceux qui pensent que Radio–Canada a été amplement coupé au cours des dix dernières années. S'il y avait du gras dans le budget de Radio–Canada, c'est beaucoup moins vrai maintenant et ce serait très imprudent de comprimer encore le budget de la Société.

Prof. Raboy: I want to add to that. I agree wholeheartedly with what Gaétan Tremblay has just said. I would add that I think it is particularly important, given the context as you have described it, that the CBC be in a position to be a very active player in the development of the new environment. One of the most positive aspects of the role the CBC has been playing in the last few years has precisely been in the area of developing new services, both on its own and in partnership with other players. Not all of them have been authorized by the CRTC, for example. That's part of the game. That's fine.

Again, just as we saw in the old days of very limited frequencies, a strong public presence in the development of the new broadcasting environment can only have a positive effect.

Mr. Ianno: I'm curious, Mr. Tremblay. You indicated something about copyright as a new source of revenue. Could you expand on that, just so I understand it correctly?

M. Tremblay: Le Canada a réussi à faire exclure la culture de l'Accord de libre–échange avec les États–Unis, mais les Américains ont tenu aux droits d'auteur. Une commission mixte a été mise sur pied pour que les câblodistributeurs paient aux États–Unis 80–85 p. 100 de ces droits–là, qui prennent la direction d'Hollywood.

Il y a quelques années, je ne sais pas le chiffre exact maintenant, mais c'était au début des années quatre–vingt–dix, c'était 50 millions. J'ai essayé, avant de venir ici, d'obtenir du CRTC le chiffre précis pour l'an dernier, mais on n'a pas pu me répondre. Cependant, c'est plus de 50 millions de dollars que les câblodistributeurs canadiens paient en droits aux Américains.

L'Association des radiodiffuseurs, l'an dernier, a demandé au CRTC des droits similaires, c'est–à–dire que les câblodistributeurs paient pour la retransmission des signaux, et non seulement Radio–Canada l'a demandé, mais les radiodiffuseurs privés l'ont demandé aussi. Le CRTC a dit: «La Loi sur le droit d'auteur n'est pas de mon ressort, j'en diffère à d'autres instances, au Parlement».

Donc, faudrait–il modifier la loi pour normaliser un peu la chose et la situation? Cela ne comblerait peut–être pas tout le déficit de Radio–Canada, parce que si l'on paie 50 millions de dollars aux États–Unis, je ne sais pas combien on paierait de droits au Canada, mais disons l'équivalent. Radio–Canada devrait se partager cette somme avec les autres.

Mr. Ianno: If I understand correctly, if CTV, Global and all the rest are shown on cable, they do not get anything from the cable companies at all.

[*Translation*]

referred to the *téléromans* the serial dramas. There are other types of programs like these that they have to produce because the CBC is doing it and it meets with great public success.

As I mentioned in my presentation, I personally think that the CBC/SRC has undergone enough cuts during the past ten years. There may have been some fat in the CBC's budget at one time but this is no longer true and it would be very unwise to cutback even further.

M. Raboy: J'aimerais ajouter quelque chose. Je suis tout à fait d'accord avec les observations de Gaétan Tremblay. J'ajoute qu'il est très important, étant donné le contexte actuel, que CBC/SRC soit en mesure de jouer un rôle très dynamique dans le développement du nouvel environnement. Depuis quelques années l'un des aspects les plus positifs du rôle de CBC/SRC a été justement la mise au point de nouveaux services, à titre individuel et en collaboration avec d'autres. Ces services n'ont pas été tous autorisés par le CRTC, par exemple. Cela fait partie des règles du jeu, c'est très bien.

Encore une fois, comme nous l'avons constaté à l'époque de fréquences très limitées, une forte présence publique dans la création du nouveau milieu de la radiodiffusion ne peut avoir qu'un effet salutaire.

M. Ianno: Vous avez piqué ma curiosité, monsieur Tremblay. Vous avez parlé du droit d'auteur comme une nouvelle source de revenu. Pourriez–vous m'expliquer ce que vous entendez par là?

Prof. Tremblay: Canada was successful in keeping culture out of the Free Trade Agreement with United States but the Americans did keep copyright. A joint commission was set up so that cable companies would pay 80–85% of these royalties that are paid to Hollywood.

• 1115

Some years ago, I can't remember exactly when, but at the beginning of the 90's, they amounted to $50 million. Before coming here, I attempted to find out from the CRTC what the exact figure was for last year but they weren't able to give me an answer. However it is more than $50 million dollars that canadian cable companies pay in royalties to the U.S.

Last year the Association of Broadcasters asked the CRTC for similar royalties, that is to have cable companies pay for the retransmission of signals—it wasn't only the CBC but also private broadcasters. The response of the CRTC was that the Copyright Act does not come under its jurisdiction and it is a matter for other bodies or Parliament.

So the question is whether it is necessary to amend the act to regularize the situation. This might not make up for all the CBC/SRC's deficit because although we do pay $50 million in royalties to the United States, I don't know what they would amount to in Canada, but the CBC would have to share this amount with the other broadcasters.

M. Ianno: Si je comprends bien, les câblodistributeurs qui retransmettent les émissions de CTV, Global et les autres ne paient rien du tout en droits.

[*Texte*]

Prof. Tremblay: That's right.

The Chair: It's a crazy contradiction where we would pay foreigners but not ourselves.

I want to thank you very much for coming. I want to thank the gentlemen who have remained with us as well. I think it has been a fascinating morning, which has helped us close in on some thoughts at this point in our proceedings. The timing was great and your observations were very helpful. We particularly enjoyed the various pay options outlined by Mr. Tremblay, including the last one. They were very helpful.

We look forward to our next session at 3:30 p.m. today.

[*Traduction*]

M. Tremblay: C'est exact.

Le président: C'est une aberration de voir qu'on verse des droits à des étrangers mais pas à nous au Canada.

Je voudrais vous remercier d'être venus. J'aimerais également remercier ceux qui sont restés. La séance a été très intéressante et nous a permis de mieux cerner certaines idées à cette étape de nos délibérations. Vous êtes venus à point nommé et vos observations ont été très utiles. Nous avons particulièrement apprécié les différentes options de payment décrites par M. Tremblay, y compris la dernière. Elles sont très utiles.

La prochaine réunion du comité aura lieu à 15h30 aujourd'hui.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid / Port payé
Lettermail / Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

Individual presentations:

Colin Hoskins and Stuart McFadyen, Professors, Department of Marketing and Economic Analysis, Faculty of Business, University of Alberta;

Wayne Skene, Author of Fade to Black: A Requiem for the CBC.

Gaétan Tremblay, Professor and Co–director of "Groupe de recherche sur les industries culturelles et l'informatisation sociale";

Marc Raboy, Full Professor, Communications Department, "Université du Québec à Montréal".

TÉMOINS

À titre personnel:

Colin Hoskins et Stuart McFadyen, professeurs, Département de marketing et d'analyse économique, Faculté des affaires, Université de l'Alberta;

Wayne Skene, auteur de «Fade to Black: A Requiem for the CBC»;

Gaétan Tremblay, professeur et co–directeur, Groupe de recherche sur les industries culturelles et l'informatisation sociale;

Marc Raboy, professeur titulaire, Département des communications, Université du Québec à Montréal.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

CA1
XC68
-C13

Government Publications

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 46

Thursday, November 17, 1994

Chair: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 46

Le jeudi 17 novembre 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of the Canadian Broadcasting Corporation

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la Société Radio–Canada

---

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

LIBRARY
JAN 9 1995
University of Toronto

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chair: John Godfrey

Vice–Chairs: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Associate Members

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidents: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakvillle—Milton)
Jan Brown (Calgary–Sud–Est)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Membres associés

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

THURSDAY, NOVEMBER 17, 1994
(53)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 3:35 o'clock p.m. this day, in Room 701, La Promenade, the Chair, John Godfrey, presiding.

Member(s) of the Committee present: Bonnie Brown, Roger Gallaway, John Godfrey, Hugh Hanrahan, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Acting Member(s) present: Herb Dhaliwal for Tony Ianno.

In attendance: *From the Research Branch of the Library of Parliament*: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witness(es): *From "l'Association des réalisateurs (radio)"*: Jean-Pierre Saulnier, President; Odile Magnan, Member of the Executive. *From "la Société des auteurs, recherchistes, documentalistes et compositeurs (SARDEC)"*: Louise Pelletier, President; Yves Légaré, Executive Director; Jean-Marie Ladouceur, Vice-President.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee resumed its study of the Canadian Broadcasting Corporation (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Thursday, September 22, 1994, Issue No. 26*).

Jean-Pierre Saulnier made an opening statement, and with the other witness from "l'Association des réalisateurs (radio)", answered questions.

Louise Pelletier made an opening statement, and with the other witnesses from "la Société des auteurs, recherchistes, documentalistes et compositeurs (SARDEC)", answered questions.

At 4:47 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS-VERBAL

LE JEUDI 17 NOVEMBRE 1994
(53)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 15 h 35, dans la salle 701 de l'immeuble La Promenade, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Bonnie Brown, Roger Gallaway, John Godfrey, Hugh Hanrahan, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Membre suppléant présent: Herb Dhaliwal remplace Tony Ianno.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: De l'Association des réalisateurs (radio): Jean-Pierre Saulnier, président; Odile Magnan, membre de l'exécutif. *De la Société des auteurs, recherchistes, documentalistes et compositeurs (SARDEC)*: Louise Pelletier, président; Yves Légaré, directeur exécutif; Jean-Marie Ladouceur, vice-président.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité poursuit son étude de la Société Radio-Canada (*voir les Procès-verbaux et témoignages du jeudi 22 septembre 1994, fascicule nº 26*).

Jean-Pierre Saulnier fait un exposé puis, avec l'autre témoin de l'Association des réalisateurs, répond aux questions.

Louise Pelletier fait un exposé puis, avec les autres témoins de la Société des auteurs, recherchistes, documentalistes et compositeurs, répond aux questions.

À 16 h 47, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Thursday, November 17, 1994

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le jeudi 17 novembre 1994

• 1535

Le président: À l'ordre!

Nous recevons aujourd'hui deux organismes qui ont certainement un point de vue différent de ceux que nous venons d'entendre. Ce sont l'Association des réalisateurs (radio), représentée par Jean–Pierre Saulnier et Odile Magnan, et la Société des auteurs, recherchistes, documentalistes et compositeurs, représentée par Louise Pelletier, Jean–Marie Ladouceur et Yves Légaré. Je crois que nous allons commencer par l'Association des réalisateurs (radio). Je vous invite à faire quelques commentaires. Soyez les bienvenus.

M. Jean–Pierre Saulnier (président de l'Association des réalisateurs (radio)): Mesdames et messieurs, je vous remercie, au nom de mes collègues de l'Association des réalisateurs de la radio, de nous avoir invités à vous faire part de nos préoccupations en ce qui concerne la situation et l'avenir financier de Radio–Canada. Notre intervention porte plus particulièrement sur la situation à la radio française.

Nous réaffirmons que la radio publique française doit être perçue comme indispensable pour les francophones au pays parce qu'elle est la seule qui témoigne de leur identité et de leur diversité socioculturelle. Elle est la seule qui cherche à rejoindre tous les publics dans toutes leurs différences. Elle est irremplaçable dans les efforts qu'elle fait du côté de la création, de l'information, de la réflexion et du divertissement de qualité. Elle est enfin différente de la radio privée, dont la préoccupation première est d'assurer par tous les moyens des auditoires élargis aux commanditaires.

La radio publique française est irremplaçable parce que seul le financement public soutenu peut en assurer le mandat et le rayonnement. Si on l'oblige à prioriser l'accroissement de l'auditoire et l'abaissement des coûts, on l'amènera à dédoubler les radios privées. Malheureusement, depuis une dizaine d'années, l'examen des budgets de la SRC montre l'érosion lente et régulière des moyens accordés à la radio. Cette érosion nous paraît toutefois moindre du côté de la radio anglaise, qui bénéficie toujours d'un personnel plus nombreux et de budgets de production plus élevés. Cette érosion nous paraît aussi se faire au profit de la production télévisuelle privée et au profit d'investissements dans la technologie, l'informatique, l'ingénierie, etc.

Bref, la SRC dit vouloir protéger la radio française, mais, dans les faits, les compressions budgétaires qu'elle subit font qu'elle arrive à peine à se maintenir la tête hors de l'eau. Elle y perd en dynamisme et en leadership dans l'univers radiophonique.

• 1540

Le résultat, c'est que, de plus en plus, on fait moins avec moins, on n'assure vraiment pas la relève, on consacre toujours plus de temps aux reprises et aux émissions de disc–jockeys et on diminue la qualité de production originale en musique, en dramatiques et en documentaires. Bref, on essaie de remplir un mandat de diffuseur généraliste avec une personnel réduit et vieillissant.

The Chairman: Order, please!

Today we'll be hearing from two organisations who certainly have a different viewpoint than those we've heard previously. They are the Association des réalisateurs (radio), represented by Jean–Pierre Saulnier and Odile Magnan, and the Société des auteurs, recherchistes, documentalistes et compositeurs, represented by Louise Pelletier, Jean–Marie Ladouceur and Yves Légaré. I think we will begin by the Association des réalisateurs (radio). I welcome you and invite you to make a few comments.

Mr. Jean–Pierre Saulnier (President of the Association des réalisateurs (radio)): Ladies and gentlemen, on behalf of my colleagues of the Association des réalisateurs de la radio, I wish to thank you for having invited us to share our concerns regarding the situation and financial future of Radio–Canada. Our statement will deal primarily with the situation of French language radio service.

We wish to restate that French language public radio must be seen as indispensable for the country's francophones because it is the only radio that reflects, that bears to witness to, their socio–cultural identity and diversity. It is the only radio that tries to reach all segments of the public in all their variety. Its creativity and its ability to inform, analyze and entertain are irreplaceable. It is not like private radio, the primary concern of which is to serve up the largest possible audiences to the advertiser by whatever means.

French language public radio is irreplaceable because only sustained public funding can ensure its mandate and reach. If it is forced to make priorities of expanding audience share and cutting costs, it will end up duplicating the work of private radio stations. Unfortunately, analysis of the CBC budgets over the past few years shows that the funding allocated to radio has been slowly but steadily eroding. The erosion appears less serious on the English language side: it enjoys more personnel and higher production budgets. The funding lost to radio appears to us to have gone toward paying for privately produced television programming and investments in technology, informatics, equipment, etc.

In short, the CBC claims it wants to protect French language radio but in fact the budget cuts it has undergone amount to keeping its head above water and no more. It is losing energy and leadership in the radio universe.

The result is that, increasingly, less is being done with less; no next generation is being prepared to take up the torch; more airtime is being devoted to repeats and disc jockey shows; and the quality of original musical, dramatic and documentary productions is being whittled away. In short, an attempt is being made to fulfil the mandate of a non–specialty network with a reduced and ageing personnel.

[*Texte*]

Il faut redonner à la radio et à ses artisans les moyens d'expliquer, de renseigner, de proposer des loisirs de qualité et d'être un outil dynamique d'intervention, un outil qui est souhaité par ses différents auditoires.

En résumé, notre position est axée sur deux constatations.

Premièrement, la radio française a beaucoup souffert des restrictions budgétaires qu'on lui impose depuis dix ans. De façon générale, la direction a eu tendance à privilégier l'allocation des ressources dans le contenant plutôt que dans le contenu. Plutôt que d'investir dans la créativité, dans les idées, dans le talent, dans l'expérience, dans la relève, qui sont pour nous la matière première de la production radiophonique, on a consacré beaucoup d'argent et d'énergie à des programmes de gestion, appelés par exemple «repositionnements», à l'achat d'équipement informatique, à la réfection de studios, à la technologie numérique, à l'amélioration des services de la paix et à l'ingénierie. On a augmenté, comme d'autres vous l'ont signalé, les effectifs de gestion et de soutien, et on a réduit les effectifs de production.

Deuxièmement, encore une fois, comme d'autres l'ont fait avant nous, nous constatons qu'à l'intérieur de ce rétrécissement des budgets, l'écart est allé grandissant entre les allocations budgétaires des deux réseaux et entre leurs effectifs. Les budgets et les personnels du réseau français ont continué de diminuer en beaucoup plus grande proportion que ceux du réseau anglais. Par exemple, pourquoi faut–il 80 journalistes au réseau anglais, radio et télévision, pour couvrir l'actualité dans les provinces Maritimes, alors que 20 suffisent au réseau français? Pourquoi faut–il une équipe de 10 personnes au réseau anglais pour diffuser une spéciale radio, alors que trois font l'affaire au réseau français? Pourquoi des émissions comparables par leur mandat ont–elles automatiquement plus de moyens au réseau anglais? Pourquoi les coûts de production sont–ils plus élevés au réseau anglais? Nulle part dans les témoignages consultés nous n'avons trouvé de réponses satisfaisantes à ces questions. Pour nous, une émission qui se veut intéressante, qui se veut crédible, qui veut informer correctement demande le même personnel compétent aux deux réseaux.

Enfin, pour que la radio française puisse continuer d'être perçue comme essentielle par ses auditeurs au Canada, il faut que la direction reconnaisse qu'elle est sous–financée et il faut investir dans les ressources intellectuelles et non seulement dans l'appareillage technique. Il faut aussi développer de toute urgence, en ces temps de décroissance, un partenariat fécond entre employeur et employés. Les moyens réduits et les changements technologiques devraient nous imposer d'avoir une vision de la radio et une volonté de travailler en harmonie. Nous attendons encore que s'établisse ce dialogue véritable.

Voilà le résumé de notre position, mesdames et messieurs.

Le président: Merci. C'était très concis. Nous entendons parfois des témoins qui n'en finissent plus de nous raconter des choses. Cela va sans doute vous surprendre.

Passons maintenant à la Société des auteurs, recherchistes, documentalistes et compositeurs, la SARDEC. Soyez les bienvenus.

[*Traduction*]

Radio and its craftspeople must be enabled to regain the time to speak, to explain, to inform, to offer good leisure listening, to be the dynamic instrument that the various audiences want.

To summarize, our position is based on two observations.

First of all, French language radio has suffered a great deal from the budget constraints imposed in the past ten years. Generally speaking, management tended to divert resources to the container rather than the content. Rather than invest in creativity, ideas, talent, experience, and a new generation, which are the raw material of radio production, a great deal of time and energy was spent on management programs which were called "repositioning", for example, on buying computer equipment, refurbishing studios, acquiring digital technology, improving pay services and engineering. As others have pointed out, management and support staff was increased whereas production staff was cut back.

Secondly, again, as others before us, we have observed that as part of these budget restrictions, the gap has widened in the budget allocations of the two networks and their staff. The budgets and staff of the French network continued to decrease to a far greater proportion than that of the English network. For instance, why are 80 journalists needed for the English radio and television networks to cover news in the maritime provinces, whereas 20 are sufficient for the French language network? Why is a team of 10 people needed on the English network to broadcast a radio special, whereas three are sufficient on the French network? Why are programs with comparable mandates systematically receiving more funding on the English side? Why are production costs higher on the English network? None of the evidence we consulted provided satisfactory answers to those questions. To our mind, a program that is interesting, but is credible, that seeks to inform correctly, requires the same qualified personnel on both networks.

Lastly, in order for French language radio to continue to be perceived as essential by its listeners in Canada, management must recognize that it is underfunded and that there must be an investment in intellectual resources, not only technical equipment. In these days of decreasing resources, it is urgent that we develop a sound partnership between employer and employees. Diminishing resources and technological change should lead us all to have a vision of radio and a willingness to work in harmony. We are still awaiting this genuine dialogue.

That is the summary of our position, ladies and gentlemen.

The Chairman: Thank you. That was very concise. Sometimes we have witnesses who go on at great length. That will probably surprise you.

Let us now go on to the Société des auteurs, recherchistes, documentalistes et compositeurs, SARDEC. Welcome.

[*Text*]

Mme Louise Pelletier (présidente, Société des auteurs, recherchistes, documentalistes et compositeurs): La Société des auteurs, recherchistes, documentalistes et compositeurs est heureuse d'avoir l'occasion de vous parler du sort de Radio–Canada et de ses préoccupations face à la situation actuelle ainsi qu'à la réalité et à l'éventualité de nouvelles coupures.

La SARDEC a été créée en 1949. Sa première entente collective a été signée avec Radio–Canada. On a 750 membres, tant des auteurs qui écrivent les séries que les francophones voient au Canada que des recherchistes qui assurent le contenu d'une bonne partie des émissions de télévision et de radio.

À Radio–Canada, nos auteurs dramatiques écrivent à peu près 200 heures d'émissions et nos recherchistes travaillent à une énorme quantité d'émissions de services, de documentaires et d'émissions culturelles.

• 1545

Nos ententes collectives sont signées à la fois avec Radio–Canada, l'Office national du film et Radio–Québec. Nous avons aussi une entente avec l'Association des producteurs privés. Malgré l'étendue de notre marché, Radio–Canada représente encore 50 p. 100 de nos affaires.

Je voudrais préciser en premier lieu que notre intervention portera essentiellement sur la Société Radio–Canada, et non sur CBC. Précisons également que nous concentrerons davantage notre intervention sur la télévision. Cela ne signifie pas que les défis de la radio publique sont moins importants ou moins essentiels, mais la place de la radio publique nous semble moins remise en question.

L'auteur Guy Fournier, parlant de la Société Radio–Canada, écrivait:

> Notre télévision est exemplaire parce que, malgré un choix immense et un environnement anglophone et américain, le palmarès des 50 émissions ou séries les plus regardées ne comprend jamais plus, année après année, qu'une dizaine d'émissions étrangères. Notre télévision est exemplaire aussi parce que les séries américaines les plus populaires ne se hissent jamais plus haut que la trentième place. Exemplaire, enfin, parce qu'avec une population 42 fois plus importante, les États–Unis ne produisent que 15 fois plus d'heures de télévision.

Ce constat de l'auteur Guy Fournier porte sur l'ensemble de notre télévision, privée comme publique. La télévision au Québec constitue, il est vrai, le médium culturel ayant le plus haut taux de pénétration dans notre population et celui qui a concurrencé les oeuvres étrangères avec le plus de succès.

La Société Radio–Canada a joué un rôle capital dans cette situation. Elle a été et demeure un outil essentiel de notre développement culturel. Le succès de notre télé se mesure avec évidence dans l'intérêt manifesté pour nos émissions dramatiques. On sait que des émissions comme *Les filles de Caleb*, il y a deux ans, et *Blanche*, l'année dernière, ont atteint un auditoire de tout près de trois millions de personnes. Nos productions nationales ont largement démontré qu'elles pouvaient supplanter les émissions américaines.

[*Translation*]

Mrs. Louise Pelletier (President, Société des auteurs, recherchistes, documentalistes et compositeurs): The Société des auteurs, recherchistes, documentalistes et compositeurs is pleased to have this opportunity to talk to you about the future of Radio–Canada and of our concerns regarding the current situation as well as the new reality and possible future cuts.

SARDEC was founded in 1949. Its first collective agreement was signed with Radio–Canada. We have 750 members, including writers who write the series that francophones see in Canada and researchers who supply the content of a considerable proportion of television and radio programs.

At Radio–Canada, our drama writers create close to 200 hours of programming and our researchers work on a vast number of service programs, documentaries and cultural programs.

We have signed collective agreements with Radio–Canada, the National Film Board and Radio–Québec. We also have an agreement with the Private Producers' Association. Despite the scope of our market, Radio–Canada still represents 50% of our members' income.

Let us state right at the beginning that our report essentially deals with the Société Radio–Canada and not the CBC. Let us also state that this report will focus mainly on television. This does not mean that the challenges faced by public radio are no less important nor its role less essential. But, it seems to us that its standing is not as open to question.

With reference to Radio–Canada, author Guy Fournier wrote:

> Our television is exemplary, since it provides its viewers with a choice that cannot be equalled anywhere else in the world, because it is accessible to every citizen without exception, because, despite an extremely broad choice and an English and American environment, the list of 50 shows or series with the highest ratings never includes, year after year, more than ten or so foreign shows. Exemplary because the most popular American series never gets beyond 30th place. Finally, it is exemplary because with a population that is 42 times the size of ours, the United States produce only 15 times more television hours.

This statement by the writer Guy Fournier deals with our television as a whole, both private and public. It is true that in Quebec, television is the cultural medium that most easily penetrates our population and the one that has most successfully competed with foreign works.

Radio–Canada did in fact play a major role in this. It has been and remains an essential instrument for our cultural development. The success of our television is confirmed by the obvious interest for our drama shows. Programs such as *Les filles de Caleb* two years ago and *Blanche* last year achieved an audience of almost three million viewers. The national productions have proven they can supplant American shows.

[*Texte*]

De plus, c'est à Radio–Canada qu'est née et s'est développée notre tradition d'écriture télévisuelle. On sait que les grandes séries qui ont fait le succès des entreprises de production privées ont souvent été écrites par des auteurs dont le talent a été développé à l'interne de Radio–Canada, qui a longtemps assuré à nos membres des conventions collectives dans lesquelles ils pouvaient travailler avec un producteur d'État respectueux de leur talent et de leur liberté créatrice.

La programmation de Radio–Canada a également eu un impact fondamental sur le développement du talent francophone. Les actions de la SRC s'inscrivaient dans sa mission de service public. Les diffuseurs privés n'ont pas pour mandat de développer notre identité culturelle. Ils ne sont pas redevables aux citoyens, mais à leurs actionnaires. Lorsqu'ils sont placés devant l'alternative de diffuser un produit canadien de qualité ou de distribuer des dividendes, ils ont tendance à sabrer dans la production dramatique nationale en période de restrictions budgétaires. Rappelons–nous les décisions de programmation de TQS, Télévision Quatre Saisons, lors de sa crise financière.

Le succès de la programmation de la Société Radio–Canada a fait en sorte que les réseaux privés qui voulaient protéger leurs recettes publicitaires ont aussi pris le virage du contenu canadien. De la même façon, les diffuseurs privés n'ont pas toujours affiché la même préoccupation que Radio–Canada à l'égard du développement du talent national. Encore aujourd'hui, aucun diffuseur privé québécois n'a daigné assurer à nos membres l'octroi de conditions négociées dans une entente collective. Le rôle de la SRC a donc été fondamental. Son mandat a contribué à la pérennité de notre identité culturelle.

À titre de diffuseur public, la Société Radio–Canada a des comptes à rendre aux contribuables. Tous les contribuables payent pour ce réseau et tous doivent s'y sentir à l'aise. La Société Radio–Canada doit donc demeurer une chaîne généraliste et populaire, et laisser aux canaux spécialisés le soin de répondre à des besoins plus spécifiques.

Mais si la SRC doit demeurer une chaîne généraliste, doit–elle maintenir ses activités de production ou les confier au secteur privé? On sait que, parmi les suggestions qui ont été faites à ce Comité, on proposait qu'une partie des activités de Radio–Canada soit déléguée au service privé. On est particulièrement préoccupés par l'idée de confier au privé les émissions dramatiques dont Radio–Canada est actuellement le producteur.

Au fil des ans, Radio–Canada a produit des milliers d'heures d'émissions dramatiques qui constituent des jalons de notre mémoire collective. Radio–Canada a toujours eu des succès impressionants avec ses productions internes. Pourquoi faudrait–il mettre fin à 40 ans de succès? Pourquoi toucher à ce qui a fait la force de cette institution nationale?

Au–delà des succès passés, plusieurs raisons militent en faveur d'un maintien, voire d'un accroissement de la production de dramatiques à l'interne de la SRC. Pour le contribuable, la privatisation de la production interne n'entraînerait aucunement une réduction de son fardeau fiscal. Les productions privées sont principalement financées par des fonds publics: Téléfilm Canada, SOGIC, crédit d'impôt provincial, etc. Notre secteur privé n'est actuellement pas viable sans l'intervention de l'État.

[*Traduction*]

Moreover, it is at Radio–Canada that our tradition of television writing was born and developed. It is a well–known fact that the major series that contributed to the success of private production companies were often written by writers whose talent was developed in–house at Radio–Canada, which for many years provided our members collective agreements that allowed them to work for a state–owned producer that respected their talent and their creative freedom.

Radio–Canada's programming has also had a fundamental impact on the development of francophone talent. The SCR's actions were congruent with its mission of public service. Private broadcasters do not have the mandate to develop our cultural identity, they do not have to answer to the citizens, but rather to their shareholders. When faced with the alternative of broadcasting a quality Canadian product or distributing dividends, experience has shown us that during periods of budgetary restrictions, they tend to cut in national drama production. Let us recall Télévision Quatre Saisons' decision with regard to programming during their financial crisis.

The success of SCR's programming has seen to it that the private networks who wish to protect their advertising incomes also opted for Canadian content. In the same manner, private producers did not always show the same concern as Radio–Canada did with regard to the development of national talent. Thus, to this day, no private Quebec producer has seen fit to grand our writers negotiated working conditions through a collective agreement. The role of the SRC has thus been a fundamental one. Its mandate has in some way contributed to the durability of our cultural identity.

As a public broadcaster, the SRC is accountable to taxpayers. All taxpayers pay for that network, and all must feel at ease with it. The SRC must therefore remain a general and popular network and let specialized channels answer to more specific needs.

If the SRC must remain a general network, does this mean that it should maintain its production activities or entrust them to the private sector? It has been suggested to this committee that part of Radio–Canada's activities be delegated to the private sector. We are particularly concerned by the notion of giving drama series that Radio–Canada currently produces to the private sector.

Throughout the years, the SRC has produced several thousand hours of drama shows which are landmarks in our collective memory. Radio–Canada has always had impressive successes with its in–house productions. Why put an end to 40 years of success? Why alter what has been the strength of this national institution?

Beyond the fact of past successes, a number of reasons argue in support of maintaining and even increasing in–house drama production at Radio–Canada. For the taxpayer, the privatization of in–house production would in no way decrease its fiscal load. Private productions are mostly financed by public funds: Telefilm Canada, SOGIC, provincial tax credits, etc. Our private sector cannot at this point survive without state intervention. To entrust the management of new public funds to

[*Text*]

Confier la gestion de nouveaux fonds publics au secteur privé, lequel n'a ni la même dynamique ni les mêmes objectifs culturels qu'une institution nationale, ne ferait que déplacer l'argent des contribuables sans garantir un volume égal de production nationale.

• 1550

Les producteurs privés n'investissent que fort peu dans leur production. En acquérant des producteurs privés, souvent grâce à ses recettes publicitaires, la Société Radio–Canada injecte dans la production indépendante plus de fonds privés que les producteurs n'en trouvent eux–mêmes. La Société Radio–Canada paie généralement le tiers de son budget de production pour acquérir des licences de diffusion pour les séries d'envergure. De toute façon, comment le privé pourrait–il produire si les pires prévisions quant aux coupures à Téléfilm s'avèrent fondées et si la Société Radio–Canada, exclue du champ des recettes publicitaires, ne peut plus faire l'acquisition de productions privées?

Nous entrons de plein fouet dans la question du financement, qui s'avère d'autant plus importante qu'à l'heure de la multiplication de l'offre télévisuelle, il faut non pas réduire les investissements dans l'audiovisuel, mais les accroître afin d'offrir un contenu de qualité qui soit concurrentiel.

Le financement de Radio–Canada nous préoccupe. Les coupures des dernières années n'ont pas aidé la Société Radio–Canada à se positionner pour relever les nouveaux défis du paysage audiovisuel. Certes, en heures de grande écoute, le contenu national demeure important et de qualité, mais le financement de la Société Radio–Canada doit lui permettre de bonifier sa programmation et d'accroître ce qu'elle a de distinctif. Il faut donner à la Société la capacité de produire et diffuser davantage. Il ne faut pas simplement protéger le financement actuel de la Société Radio–Canada. Il faut renforcer sa capacité de produire des émissions de qualité pour meubler l'ensemble de la grille–horaire.

La contribution de l'État: Les promesses d'assurer un financement adéquat à Radio–Canada sur une base pluriannuelle laissaient présager un avenir moins sombre, mais leur récente remise en question est inquiétante. Après avoir contribué à la mise en place d'une structure canadienne de production et de diffusion, l'État semble vouloir s'en retirer au moment même où les besoins de soutien sont plus criants.

Aux coupures à Radio–Canada s'ajouteront celles à Téléfilm et à l'Office national du film et, sur le plan provincial, à Radio–Québec et à la SOGIC. C'est non seulement la capacité de produire de Radio–Canada qui est remise en question, mais aussi celle de toute notre industrie audiovisuelle. Qui plus est, le gouvernement fédéral envisage de nouvelles coupures de 5 à 8 p. 100 chaque année d'ici 1998–1999. Un tel scénario équivaudrait à une diminution de 28 à 37 p. 100 du budget de Téléfilm Canada et à de nouvelles coupures de 300 millions à 400 millions de dollars pour Radio–Canada. Avec quel argent entend–on produire un contenu national d'une qualité suffisante pour contrer la concurrence des nouveaux canaux américains?

Dans ce contexte, songer à réduire les recettes publicitaires nous paraît aberrant. Certes, en cette matière, la Société Radio–Canada est souvent perçue comme pigeant à même les revenus du secteur privé. Cette approche nous semble fallacieuse.

[*Translation*]

the private sector, which is not fuelled by the same dynamics nor the same cultural objectives as a national institution, would simply result in shifting the taxpayers' money with no guarantee of an equal volume of national productions.

Private producers invest very little in their productions. But purchasing private productions, frequently with advertising income, the SRC as it were, injects in independent production more private funds than private producers themselves can find. The SRC generally pays one third of the production budget in order to acquire broadcasting licenses for large scale series. Anyway, how could the private sector produce anything if the worst predictions with regard to cutbacks at Telefilm Canada turn out to be true and if the SRC, excluded from the sphere of advertising incomes is unable to purchase private productions?

We enter headlong into the issue of financing which is even more important now that television offers are proliferating, we should not decrease audio–visual investments but rather increase them in order to provide quality content which would be competitive.

We are concerned about the funding of Radio–Canada. The last few years' cutbacks have certainly not helped the SRC to prepare itself to rise up to the new challenges of the audio–visual landscape. Of course, during prime time, the national content remains important and quality but the financing of the SRC must make it possible to improve and emphasize its distinctive characteristics. We must make it possible for the Société Radio–Canada to increase its production and broadcasting. It is not only a question of protecting the current financing of the SRC, we must reinforce its capacity to produce quality shows to fill out its programming schedule.

Contribution of the State: The promises that Radio–Canada would get adequate financing for a number of years suggested a less bleak future but the recent challenging of this funding is worrisome. We have the impression that after having contributed to setting up the Canadian production and broadcasting structure, the government now wishes to withdraw at the precise moment when the need for support is most acute.

To Radio–Canada's cutbacks will be added those of Telefilm, the National Film Board and at the provincial level, Radio–Québec and SOGIC. What is being called into question here is not only Radio–Canada's production capacity but that of our audio–visual industry as a whole. Furthermore the federal government is also considering new cutbacks of 5% to 8% each year up to 1998–99. Such a scenario would amount to a decrease of 28% to 37% of Telefilm's budget and new cutbacks of $300 to $400 million for Radio–Canada. With what money do we intend producing a national content of sufficient quality to counteract the competition of the new American channels?

In this context, to think about reducing Radio–Canada's advertising income seems rather nonsensical. Of course, on this issue, Radio–Canada is frequently perceived as picking directly from the private sector's income. This conclusion seems

[*Texte*]

L'utilisation des ondes est un service public. L'abandon du champ des recettes publicitaires par Radio–Canada ne servirait ni le bien commun ni la canadianisation de nos ondes; il ne ferait que grossir les recettes des réseaux privés, et sans doute pas autant que ces derniers le souhaiteraient. Les réseaux privés diffusent déjà 12 minutes de publicité à l'heure. Pourraient–ils en diffuser davantage? Pourraient–ils doubler leurs prix sans que les commanditaires les désertent au profit d'autres médias moins onéreux?

Que la Société Radio–Canada doive s'en remettre aux recettes publicitaires n'est pas nécessairement une situation idéale, et cela a eu un impact sur la programmation. La recherche des cotes d'écoute a sans doute rendu la SRC plus conservatrice. Or, la Société Radio–Canada a une responsabilité d'innovation. Elle doit prendre des risques et produire des émissions sans être toujours tributaire des cotes d'écoute.

Cela dit, actuellement, les recettes publicitaires représentent près du tiers des coûts de programmation du réseau français. Elles servent à défrayer non seulement une bonne part des productions dramatiques internes, mais aussi les coûts d'acquisition des productions privées. Sur environ 400 heures de fiction diffusées chaque année par Radio–Canada, la moitié est produite à l'interne et l'autre moitié est acquise chez les producteurs indépendants. Croit–on réellement que, si toutes les recettes publicitaires de Radio–Canada étaient transférées aux réseaux privés, ceux–ci acquerraient 400 nouvelles heures dramatiques pour les diffuser aux heures de grande écoute? Sabrer dans les recettes publicitaires de la SRC signifierait sabrer dans la programmation canadienne actuelle, à moins de trouver d'autres sources de financement.

Rappelons qu'au Québec, la publicité a été interdite dans les émissions pour enfants. D'autres sources de financement nous avaient été promises. Résultat: les réseaux privés ne produisent plus d'émissions pour enfants et Radio–Canada en produit beaucoup moins.

Il est donc fort hasardeux de retirer Radio–Canada du champ des recettes publicitaires. Qui plus est, toute nouvelle source de financement devrait non pas remplacer les anciennes, mais s'y ajouter afin de permettre à la SRC de mieux remplir son mandat. L'apport de nouvelles sources de financement nous semble d'autant plus approprié que le réseau français a actuellement des budgets moins élevés que le réseau anglais. Les deux secteurs doivent pourtant remplir une grille–horaire tout aussi étendue.

• 1555

On parle de nouvelles sources de financement. Existent–elles? Malgré leur succès, le financement des productions francophones pose problème. Nous pouvons certes accuser l'exiguïté de notre marché. Nous pouvons nous interroger sur la répartition des revenus générés par l'exploitation de nos produits culturels.

Si produire ou radiodiffuser ne semble pas rentable, il faut constater que transmettre des productions canadiennes peut générer des produits fort intéressants. Les câblodistributeurs ont largement profité de la programmation de nos radiodiffuseurs

[*Traduction*]

fallacious to us. The use of airwaves is a public service. For Radio–Canada to let go of advertising income would in no way serve the public good nor the canadianisation of our airwaves but would simply fatten up the profits of the private networks, and still probably not as much as they would like. The private networks already broadcast 12 minutes of advertising per hour. Could they possibly add more? Could they double their price without their sponsors deserting them for less expensive media?

The fact that Radio–Canada has depended on advertising income is not necessarily an ideal situation and it has certainly had an impact on programming. Attention to ratings has no doubt made the SRC more conservative. However, the SRC has the responsibility to innovate. It has to take risks and produce shows without always being dependent on ratings.

Having said that, current advertising income makes up almost one third of the costs of programming on the French network. This income is not only used to pay for a large part of the in–house drama productions but also the costs of acquiring private productions. Out of approximately 400 hours of fiction broadcast each year by the SRC, half is in–house produced while the other half is bought from independent producers. Do we sincerely believe that if all the advertising income of Radio–Canada were transferred to private networks, these would buy 400 hours of new drama shows to be broadcast during prime time? Cutting SRC's advertising income would mean cutting new Canadian production, unless new financing sources can be found.

Let us recall that in Quebec, advertising has been forbidden on children's shows. Other sources of financing were supposed to replace it, but we are still waiting. The result of this is that private networks have ceased producing children's shows and Radio–Canada produces far fewer than it used to.

In this context, it is most hazardous to remove Radio–Canada from the source of advertising income. Furthermore, any new source of financing should not replace the former ones but rather add to it in order to make it possible for the SRC to fulfil its mandate more thoroughly. Bringing in new sources of financing seems even more appropriate since the French network has budgets that are lower than those of the English networks. Yet the French network must fill as extensive a programming schedule as the anglophone sector.

New sources of financing. Do these sources exist? Despite the fact that francophone productions are successful, their financing is still problematical. Of course, we could blame the smallness of our market. We could also raise questions about the distribution of the revenue generated by our cultural products.

While producing or broadcasting does not seem profitable, there is no doubt that the transmission of Canadian products can generate attractive profits. Cable distributors have greatly profitted from our broadcasters' programming to penetrate and

[*Text*]

pour pénétrer et étendre leurs marchés. Les câblodistributeurs se sont enrichis sur notre marché sans contribuer à créer de la production, contrairement aux radiodiffuseurs traditionnels. Ils ont profité de la programmation des radiodiffuseurs sans avoir à payer pour la retransmission du signal. Qui, au Québec, paierait pour le câble si ce dernier ne donnait pas accès aux diffuseurs conventionnels?

Alors que nous remettons en question les 11c. par jour que coûte Radio–Canada, nous oublions que les consommateurs paient 26$ par mois pour le câble et que les câblodistributeur n'investissent à peu près pas dans la production d'émissions canadiennes. Bien sûr, ce n'est pas leur mission. En 1992, les câblodistributeurs affichaient des revenus nets de 1,5 milliard de dollars, dont seulement 4 p. 100 ont été investis dans la production d'émissions de type communautaire. De leur côté, les radiodiffuseurs y investissent généralement 33 p. 100 de leurs revenus, et les deux réseaux de Radio–Canada investissent à eux seuls 42 p. 100 des dépenses globales en programmation canadienne.

Les câblodistributeurs ont fait la preuve que notre marché de communication pouvait rapporter. Leur succès est dû en bonne partie au contenu canadien auquel ils contribuent à peine. Leurs revenus ont été à ce point importants qu'ils ont été à même de faire l'acquisition de plusieurs radiodiffuseurs, entraînant ainsi une concentration inquiétante des entreprises.

Nous proposons donc comme nouvelle source de financement la récupération de revenus de notre marché. En fait, il ne faut pas oublier que les revenus des câblodistributeurs proviennent d'un privilège qui leur a été octroyé par l'État, lorsque, de façon légitime, l'État a décidé de favoriser la propriété canadienne et de les mettre ainsi à l'abri de la concurrence américaine.

Nous avons trop longtemps privilégié le contenant au détriment du contenu. La sauvegarde de notre identité culturelle ne passe pas uniquement par la propriété de nos réseaux de télédistribution, mais aussi par la préservation des contenus.

Nous invitons donc les membres du Comité permanent à explorer les revenus du câble comme source de financement de la production. Plusieurs hypothèses peuvent être envisagées. Nous en suggérons deux.

D'abord, nous suggérons de rendre obligatoire et permanente la contribution des câblodistributeurs au fonds créé par le CRTC pour la production d'émissions canadiennes. Ce fonds devrait être alimenté par les câblodistributeurs, au prorata de leurs revenus, afin de servir à la programmation de tous les diffuseurs. Il faudrait aussi obliger le câble à payer des droit pour la retransmission de tout signal éloigné ou rapproché. Nous ne pouvons concevoir qu'encore aujourd'hui, les câblodistributeurs puissent transmettre des oeuvres et faire des profits à partir de ces productions sans devoir payer pour cette utilisation.

Bien sûr, il faut une volonté politique. Au–delà de la recherche de financement, il faut également s'interroger sur la volonté politique de sauvegarder notre bien culturel. Si notre système de radiodiffusion a pu se développer, c'est qu'il s'appuyait tant sur une nette volonté politique de canadianiser nos ondes que sur la mise en pace de moyens d'intervention allant de la réglementation jusqu'au financement des productions.

[*Translation*]

extend their markets. Cable distributors have grown rich from our market without contributing to production as traditional broadcasters have done. They have profitted from broadcasters' programming without having to pay for the transmission of the signal. Who, in Quebec, would be willing to pay for cable if it did not provide access to traditional broadcasters?

While Radio–Canada's cost of 11¢ per day is being questioned, we forget that consumers pay $26 a month for cable and that cable distributors invest almost nothing in the production of Canadian shows. Of course, that is not their mission. In 1992, cable companies earned net incomes of $1.5 billion, only 4% of which was invested in the production of community programming. As for the broadcasters, they generally invest 33% of their income in such productions, while the two networks of the CBC devote 42% of their total spending to Canadian programming.

The cable distributors have shown that our communications market can be profitable. To a large extent, their success is due to the Canadian content to which they barely contribute. Their revenue is so huge that they have been able to acquire several broadcasters, thus creating a disturbing degree of concentration in this sector.

We suggest recovering revenue from our market as one of the new sources of funding. We must remember that cable companies' revenue comes from a privilege granted by the state when it legitimately decided to promote Canadian ownership and provide protection from American competition.

For too long now, we have given greater importance to the vehicle at the expense of content. The safeguard of our cultural identity does not depend solely on the ownership of our cablecasting networks, but also on the preservation of content.

We therefore invite the members of the standing committee to explore income from the cable sector as a source of funding for production. Various hypotheses can be considered, we suggest two of them.

First, that cable distributors be compelled to contribute on a permanent basis to the fund created by the CRTC for the production of Canadian programs. This fund would be constituted by cable distributors in proportion to their income and would be used for the programming of all broadcasters. Cable distributors should also be required to pay fees for the relay broadcasting of any signal. It is hard for us to understand how in these days and age, cable companies can broadcast works and make profits from these productions without having to pay for their use.

Of course, there must be some political will. Beyond the search for funding, there must also be some political determination to safeguard our cultural heritage. Our broadcasting system was able to grow because of the clear political will to canadianize our airwaves and the various means used to that end, from regulations to systems for the funding of productions.

[*Texte*]

S'il veut sauvegarder notre culture, le gouvernement doit non seulement continuer d'y investir, mais aussi faire en sorte que les revenus générés par notre marché audiovisuel servent à bâtir une programmation nationale. Il s'agit d'une décision éminemment politique. La SARDEC recommande donc:

1. Que le rôle de Radio–Canada dans notre structure de radiodiffusion soit maintenu et renforcé;

2. Que Radio–Canada demeure une chaîne généraliste;

3. Que la production interne de Radio–Canada soit maintenue, voire accrue;

4. Que le gouvernement ne fasse aucune autre coupure dans les budgets de Radio–Canada;

5. Que la Société Radio–Canada continue de bénéficier du champ des recette publicitaires; et

6. Que les nouvelles sources de fiancement servent entre autres à augmenter les budgets du réseau français.

En ce qui a trait aux nouvelles sources de financement, elles devront mettre les câblodistributeurs et autre transmetteurs d'oeuvres audiovisuelles à contribution, en rendant obligatoire et permanente le contribution des câblodistributeurs au fonds créé par le CRTC pour la production d'émissions canadiennes et en obligeant le câble à payer des droits pour la retransmission de tout signal éloigné ou rapproché.

Merci.

Le président: Je vous remercie. Madame Tremblay.

Mme Suzanne Tremblay (Rimouski — Témiscouata): Bonjour, mesdames et messieurs. Merci pour vos présentations.

Il y a beaucoup d'information dans ce que vous nous donnez. J'aimerais comprendre. Vous dites que, d'une certaine façon, certains font disparaître la radio. Vous représentez la radio. Qu'est–ce qui se passe au juste dans le domaine de la radio, avec toutes les fusions et les disparitions? Est–ce que votre association est touchée par tout cela?

• 1600

Mme Odile Magnan (membre de l'exécutif, Association des réalisateurs (radio)): La disparition de quoi?

Mme Tremblay: Des réseaux de radio. Vous représentez l'Association des réalisateurs. Est–ce que ce qui vient de se passer au Québec vous a touchés?

M. Saulnier: Non, pas du tout. Notre mandat est tout à fait différent. Évidemment, cela gonfle l'auditoire d'une station qui était divisée en deux, mais je ne crois pas que, pour le moment, on soit en compétition avec ces auditoires même si on cherche à élargir nos propres auditoires.

Mme Tremblay: Vous avez parlé de la fusion ou de la disparition de réseaux de radio au profit de la télévision. Vous venez juste de mentionner cela dans votre texte.

Mme Pelletier: Comme tous les Canadiens, nous nous réjouissons de voir les choix se multiplier par l'éventualité de la multiplication des canaux en télévision, mais nous sommes inquiets quand nous voyons les budgets de production diminuer au même rythme. À un moment donné, qu'est–ce que nous allons offrir aux Canadiens sinon des émissions américaines?

[*Traduction*]

If the government wishes to safeguard our culture, then not only must it continue to make investments, but it must also ensure that the revenue from our audio–visual market is used to build up national programming. We therefore recommend that:

1. That the role of the CBC in our broadcasting structure be maintained and reinforced;

2. That the CBC remain a general broadcaster;

3. That CBC in–house production be maintained and increased;

4. That the government abstain from any further cutbacks in CBC budgets;

5. That the CBC continue to benefit from advertising income;

6. That new sources of funding be used, among others, to increase the budget of the French network.

As for the new sources of funding, they should involve the contribution of cable distributors and other distributors of audio–visual works, by compelling cable distributors to contribute on a permanent basis to the fund created by the CRTC for the production of Canadian programs and by compelling cable companies to pay broadcasting rights for the retransmission of any signal.

Thank you.

The Chairman: Thank you. Mrs. Tremblay.

Mrs. Suzanne Tremblay (Rimouski — Témiscouata): Good afternoon, ladies and gentlemen. I'd like to thank you for your presentations.

There's a lot of information in what you've just given us. I'd like to get a better grasp of the situation. You say that radiobroadcasting is being crowded out. As representatives of this sector, can you tell me what exactly is happening in radiobroadcasting with all the mergers and shutdowns? Has your association been affected by all of this?

Ms Odile Magnan (Member of the Executive, Association des réalisateurs (radio)): The shutdown of what?

Mrs. Tremblay: Of radio stations. You represent the association of producers. Have you been affected by what is taking place in Quebec?

Mr. Saulnier: No, not at all. Our mandate is quite different. Of course it does mean a sudden increase in the audience of a station that used to be broken down between the two of us, but for the time being, I don't think we're competing for the same audiences, even though we are attempting to extend our own.

Mrs. Tremblay: You talked about a number of mergers, as well as the disapperance of radio stations for the benefit of television. You just mentioned it in your presentation.

Mrs. Pelletier: Like all Canadians, we are happy to see the wider choice made available through the possible multiplication of television channels, but we are worried when we see production budgets decrease at the same rate. There will come a point when we'll have nothing to offer to Canadians but American programs.

[*Text*]

Mme Tremblay: Avez–vous l'impression que, quand les budgets sont réduits, ces diminutions sont en majorité appliquées à la production?

Mme Pelletier: En ce moment, Radio–Canada produit probablement plus qu'il y a quelques années. On avait des chiffres là–dessus. On ne verrait plus *Marcus Welby* en heure de pointe comme cela se voyait autrefois. Radio–Canada a agrandi son marché avec du contenu canadien. On ne déplore pas actuellement de coupes au niveau des émissions aux heures de grande écoute. Il y a cependant un abandon de la grille pendant la journée à Radio–Canada. Ayant moins de fonds, on investit beaucoup moins dans les émissions qui desservent entre autres les personnes seules au foyer l'après–midi. La mission de service de la Société diminue. On a tout consacré aux heures de grande écoute. En ce sens, on se réjouit de vivre au Québec et au Canada où, au réseau français, les heures de grande écoute sont consacrées à des émissions canadiennes.

Mme Tremblay: Dans les émissions de télévision pour enfants, il n'y a pas de publicité, dites–vous. Je croyais qu'il n'y avait pas de publicité destinée aux enfants, mais qu'on pouvait faire d'autres sortes de publicité. Il n'y a aucune publicité pendant ces heures–là?

M. Yves Légaré (directeur général de la Société des auteurs, recherchistes, documentalistes et compositeurs): À l'heure actuelle, il y a possibilité de faire de la publicité qui ne s'adresse pas aux enfants, mais généralement, il n'y a pas de publicité.

Mme Pelletier: Les commanditaires ne sont pas intéressés.

M. Légaré: Étant donné l'absence de publicité, sur les réseaux privés, on diffuse des émissions très bon marché, surtout japonaises ou américaines, qui sont parfois en soi des publicités d'une demi–heure. Par exemple, on diffuse les *Power Rangers*. Il y a aussi des produits dérivés qui sont vendus même si le réseau n'est pas associé à la vente de ces produits. Ces émissions sont très peu coûteuses parce que le producteur fait son argent ailleurs.

Mme Tremblay: Dans ce contexte, vous nous faites toute une série de recommandations. Vous avez posé beaucoup de questions, monsieur. Depuis que je suis assise ici, je veux avoir une réponse à toutes les questions que vous avez posées et je ne les ai pas. Je pose ces questions à chaque séance. Quand vous avez commencé à poser vos questions, je pensais que vous nous apporteriez des réponses. Je suis un peu déçue. Quelles sont vos suggestions en vue d'améliorer la programmation?

M. Saulnier: Nous suggérons qu'on se remette à investir dans le talent, dans la ressource intellectuelle, dans la matière première de la radio, qui est l'expérience, le talent, les créateurs, les artistes, etc., plutôt que d'investir dans l'appareillage et dans le contenant. Depuis dix ans, on diminue l'effectif de ceux qui essaient de faire de la radio généraliste de qualité. On demande à ces gens de faire plus avec moins, mais ils ne font pas plus avec moins. Ils font moins avec moins. Leurs émissions sont de plus en plus incomplètes, elles ne vont pas aussi loin qu'elles pourraient aller, etc. C'est notre première préoccupation.

Pendant ce temps, on constate qu'il y a beaucoup d'argent pour refaire des studios, pour se lancer dans le numérique, pour équiper nos bureaux d'ordinateurs, même si on n'en demande pas et même si on n'a pas de place où les mettre. On se

[*Translation*]

Mrs. Tremblay: Is it your impression that when there are budget cutbacks, these decreases apply mainly to production?

Mrs. Pelletier: Right now, Radio–Canada is probably producing more than it did a few years ago. We do have figures on that point. *Marcus Welby* could no longer be shown on prime time as once was the case. Radio–Canada has increased its market share with Canadian content. At the present time, there are no cutbacks affecting prime time programming. But there has been some retrenchment of daytime programming on the SRC. With less money available, far less money is being invested in programs aimed at people who are alone at home in the afternoon, among others. There has been a decline in the corporation's mission to serve. Everything is being concentrated in prime time. In this respect, we can be happy that in the French network, in Quebec and in Canada, prime time is devoted to Canadian programming.

Mrs. Tremblay: You note that there is no advertising in TV programs for children. I thought there was no advertising aimed at children, but it was possible to have other sorts of advertising.

Mr. Yves Légaré (Director General, Société des auteurs, recherchistes, documentalistes et compositeurs): It is possible to have advertising that is not aimed at children, but generally speaking, there are no commercials.

Mrs. Pelletier: Sponsors are not interested.

Mr. Légaré: Since there are no commercials, the private networks broadcast very cheap programs, mainly Japanese or American, that sometimes can be considered a half–hour commercial. For instance, there are the Power Rangers. A whole range of related products are marketed, even though the network may not be involved in the selling of them. These programs are very inexpensive because the producer makes his money elsewhere.

Mrs. Tremblay: In this context, you've made a number of recommendations. You've raised a great many questions, sir. Since becoming a member of this committee, I've attempted to get answers to all of these questions, but I have been unsuccessful. I ask them at every meeting. When you started asking your questions, I thought that you would also be giving answers. I'm a bit disappointed. What are your suggestions about improving the programming?

Mr. Saulnier: My suggestion is that we start investing again in talent, in the grey matter or raw material of radio, namely experience, talent, creators, artists, etc., rather than the equipment and the container. For the past ten years, we've been reducing the number of those attempting to provide general radio programs of quality. We are asking these people to do more with less, but that is impossible. They're doing less with less. Their programs are not nearly as thorough, they don't go as far as they might, etc. That's our first concern.

At the same time, we observe that there's lots of money available for building new studios, changing to digital, buying computer equipment for our offices, even if we haven't asked for it and have no room for it. We wonder where we can put

[*Texte*]

demande où mettre l'ordinateur. Donc, récemment, on a investi beaucoup dans la machinerie et l'équipement. On a trouvé de l'argent pour cela, mais on n'a pas trouvé d'argent pour remplacer ceux qui s'en vont et pour donner à certaines équipes une personne ou deux de plus pour augmenter la qualité de leur émission. On leur a demandé d'étirer encore plus leur élastique. C'est là qu'on en est.

• 1605

Même si la radio conserve, de façon générale, une image très positive auprès du public, ses artisans constatent qu'elle se détériore petit à petit. Quand on réduit les budgets de la Société, on touche toujours à la radio. Ce n'est pas la radio qui a les gros budgets. Actuellement, cela représente 45 ou 46 millions de dollars. On nous enlève toujours environ 1 p. 100. Étant donné ce qu'il nous reste de moyens et le mandat que nous avons à remplir, 1 p. 100, c'est important.

Mme Tremblay: Pouvez-vous expliquer davantage votre proposition de taxe aux câblodistributeurs? Avez-vous sondé les reins et les coeurs des câblodistributeurs? Qu'on appelle cela une taxe ou un versement d'argent, vous voulez qu'on aille chercher des fonds chez les câblodistributeurs.

M. Légaré: Récemment, le CRTC a constitué un fonds de 300 millions de dollars, mais la contribution à ce fonds est volontaire. Nous suggérons de rendre une telle contribution obligatoire et permanente. Ce fonds-là devait durer cinq ans.

Également, il existe un droit de retransmission au Canada. Ce droit de retransmission touche davantage le signal éloigné. Donc, ce sont les Américains qui perçoivent les sommes les plus importantes via ce droit de retransmission. Il ne touche pas le signal rapproché. Donc, quelqu'un qui est à Montréal et qui retransmet Radio-Canada par le câble ne paie pas ce droit de retransmission. Les câblodistributeurs vivent du contenu canadien et, sans l'apport des radiodiffuseurs conventionnels, les gens seraient beaucoup moins intéressés à s'abonner au câble. Quand on s'abonne au câble, c'est pour avoir une image claire. Cette image n'est pas anodine. C'est Radio-Canada, Télé-Métropole ou TQS qu'on veut voir clairement. Par conséquent, les câblodistributeurs devraient payer un droit de retransmission des oeuvres et des émissions.

Le président: On nous a parlé ce matin d'une somme de 50 millions de dollars qui va chaque année aux Etats-Unis. S'agit-il du même montant ou de la même situation? Est-ce une question de droit d'auteur?

M. Légaré: Il s'agit d'un droit de retransmission pour un signal éloigné. Je ne sais pas si la somme est de 50 millions de dollars. Il est fort possible qu'elle se rapproche de cela.

Mme Tremblay: On parlait de droit d'auteur ce matin.

Mme Pelletier: C'est cela.

Le président: C'est la même chose.

Mme Tremblay: Le droit d'auteur et le droit de retransmission, c'est la même chose?

M. Légaré: C'est le droit de retransmision des oeuvres payé aux ayants droit. Les ayants droit peuvent être des producteurs qui, eux, répartissent ces sommes parmi les auteurs.

[*Traduction*]

the computer. So there has been a lot of recent investment in machinery and equipment. Money was no problem, but it's been impossible to find the money to replace those who leave or to provide an additional staff member or two to a team so that the quality of the program can be improved. They've been asked to stretch their resources even tighter. That's the situation we find ourselves in.

Even though radio may have, generally speaking, a very positive image with the public, the people who work in the sector have been observing a gradual deterioration. Whenever there is a decrease in the Corporation's budget, radio is always affected. Radio doesn't have a big budget to begin with. It accounts for some $45 or $46 million at the present time. We always have about 1% taken away. In view of the resources at our disposal and the mandate we are expected to carry out, 1% does amount to a significant cut.

Mrs. Tremblay: Can you give us some more details about your proposed tax on cable-distributors? Have you looked into the hearts and minds of cable-distributors? Whether it's described as a tax or a contribution, what you're looking for is money from the cable-distributors.

Mr. Légaré: The CRTC recently set up a $300 million fund but contribution to this fund is voluntary. We are suggesting that it be regular and compulsory. This fund should last five years.

Furthermore, there is a retransmission fee in Canada. This retransmission fee is more likely to apply to a remote signal. So the Americans are the ones who are collecting the largest amount of money through such retransmission fees. It does not apply to signals that are close by. This means that someone who is in Montreal and is retransmitting Radio-Canada by cable does not pay this retransmission fee. Cable-operators are living off Canadian content and without the contribution of conventional broadcasters, people would be far less interested in subscribing to cable. People subscribe to cable to have a good picture. It's not just any picture, it's the CBC, Télé-Métropole or TQS that they want to see clearly. So cablecasters should be paying a retransmission fee for this programming.

The Chairman: This morning we were told of some $50 million being paid annually to the United States. Would it be the same amount or the same sort of situation? Is it a matter of copyright?

Mr. Légaré: What we are talking about is the retransmission fee for a remote signal. I don't know whether the sum is $50 million but it could possibly be in that neighbourhood.

Mrs. Tremblay: This morning we were talking about copyright.

Mrs. Pelletier: Yes, exactly.

The Chairman: Is it the same thing?

Mrs. Tremblay: Is copyright and retransmission fee the same thing?

Mr. Légaré: It is the fee for the retransmission of works paid to the beneficiaries. The beneficiaries or rightful claimants may be the producers who share this money with the authors.

[*Text*]

Mme Tremblay: Je ne comprends pas très bien.

Le président: C'est la même chose que ce qu'on a entendu ce matin. On paye des droits d'auteur ou des droits de retransmission aux Américains en vertu de l'Accord du libre–échange, mais on n'en paye pas à nos propres Canadiens. C'est un scandale.

M. Légaré: L'explication du droit d'auteur est la suivante. Le droit d'auteur comporte plusieurs aspects. Il peut y avoir le droit d'exécution publique d'une oeuvre, le droit de traduire une oeuvre, le droit de publier une oeuvre et le droit de diffuser une oeuvre. Pour l'ensemble de ces droits, il y a des paiements qui se font au titulaire des droits, qui peut être le producteur qui, lui, tient ce droit de l'auteur. Il y a donc un paiement en chaîne.

Le droit de retransmission n'était pas reconnu au Canada jusqu'à tout récemment. Il a été reconnu il y a quelques années. Cette reconnaissance l'a encadré pour des signaux éloignés de chaînes ou de canaux de télévision, qui proviennent le plus souvent d'outre–frontière.

Nous suggérons la reconnaissance d'un droit de retransmission s'étendant à l'ensemble des émissions, que le signal soit éloigné ou rapproché. Ceci permettrait aux radiodiffuseurs canadiens de percevoir des droits pour l'utilisation de leurs produits par les câblodistributeurs. Cela aurait, bien sûr, une répercussion dans toute la chaîne.

Le président: Si j'ai bien compris, les câblodistributeurs américains paient leurs propres citoyens. On ne le fait pas au Canada.

Mme Tremblay: On nous disait aussi ce matin que nous envoyions environ 50 millions de dollars aux Etats–Unis par année alors que nous ne recevons pas un sou des États–Unis. Devrions–nous en recevoir?

M. Légaré: Pour le droit de retransmisison, il faudrait voir à quel point les émissions canadiennes sont retransmises aux Etats–Unis. Il est probable que la retransmission des émissions francophones soit assez peu fréquente.

Mme Tremblay: Ce n'est pas surtout cela qui me préoccupe.

• 1610

M. Légaré: On ne percevra pas nécessairement ce droit des Américains. Les États–Unis sont un marché assez fermé qui ne consomme que du produit culturel américain. Ce n'est pas là que sont nos grosses attentes en termes de revenu.

Mme Tremblay: Mais on pourrait aussi penser à la transmission de CBC. Ils doivent prendre beaucoup de nos émissions, comme on prend des leurs.

Mme Pelletier: Déjà, les câblodistributeurs payaient le point d'origine, c'est–à–dire les producteurs, dans ce cas–ci la Société Radio–Canada, pour transporter leur signal. C'est une source de financement tout à fait légitime au Canada.

Mme Tremblay: Est–ce que quelqu'un a évalué ce que cela pouvait représenter comme revenu?

Mme Pelletier: Non, on ne l'a pas encore fait.

Le président: Ils sont traités de la même façon que les Américains.

[*Translation*]

Mrs. Tremblay: I don't quite understand.

The Chairman: It's the same thing we discussed this morning. Copyright royalties or retransmission fees are paid to the Americans under the Free Trade Agreement but are not paid to Canadian citizens. It's shocking.

Mr. Légaré: Copyright legislation makes provision for various situations. There may be a fee for the public performance of a work, the right to translate a work, the right to publish a work and the right to broadcast a work. In the case of these various rights, payment is made to the holder of the copyright who may be the producer. So payment is made down the chain.

The retransmission right was not recognized in Canada until recently. It was recognized a few years ago. This recognition was established for distant television signals, most frequently from across the border.

We suggest that the recognition of a retransmission right apply to all programs, whether the signal is far or near. This would enable Canadian broadcasters to collect rights for the use of their products by cable operators. Such a measure would of course have repercussions throughout the chain.

The Chairman: If I understand correctly, American cable operators pay their own citizens. But this is not done in Canada.

Mrs. Tremblay: We were also told this morning that we were sending approximately $50 million annually to the United States but were not receiving a cent from them. Should we be getting money?

Mr. Légaré: In the case of retransmission right, we would have to determine to what extent there is a retransmission of Canadian programs in the U.S. It's likely that aren't many French language programs being retransmitted.

Mrs. Tremblay: That isn't what I was mainly concerned about.

Mr. Légaré: We will not necessarily be collecting those rights from the Americans. The United States is actually quite a closed market that is only interested in American cultural products. That is certainly not where our main expectation lie in terms of revenue.

Mrs. Tremblay: Yes, but there are also CBC broadcast. I imagine they pick up much of our programming, just as we pick up theirs.

Mrs. Pelletier: Cable operators are already paying the point of origin, in other words the producers—in this case, the CBC—for carrying their signal. That is a perfectly legitimate source of revenue in Canada.

Mrs. Tremblay: Has anyone attempted to determine how much that could represent in terms of revenues?

Mrs. Pelletier: No, we have not yet made those calculations.

The Chairman: They receive the same treatment the Americans do.

[*Texte*]

Mme Tremblay: Qu'est–ce que cela représente en termes de revenu?

Le président: Il y a aussi cette exception du satellite qu'on a vue hier soir. Il y a des émissions aux États–Unis qu'on capte par un système de satellite. C'est DIRECTV. Il y a Newsworld International TRIO et MuchMusic. On reçoit une compensation des États–Unis. C'est la seule chose qu'on a.

M. Légaré: Ce sont deux pistes que nous avons données. Comme nous le disons dans notre mémoire, on s'est peut–être préoccupé pendant trop longtemps du contenant et de la propriété canadienne de la distribution, un peu comme on se préoccupe présentement de la propriété canadienne d'une éventuelle autoroute électronique. Vous devez faire en sorte que ceux qui produisent et programment des émissions puissent avoir de l'argent. Quand vous permettez à des gens d'avoir des monopoles, ou quand vous mettez des gens à l'abri de la concurrence américaine, vous devez faire en sorte qu'ils contribuent à la programmation d'émissions canadiennes francophones et anglophones. Ne leur donnez pas ce privilège sans leur imposer des obligations. De cette manière, face à la multiplication des canaux, on va pouvoir offrir une programmation de qualité qui va empêcher la désertion des francophones vers les postes américains.

Mme Tremblay: Est–il juste de dire que les câblodistributeurs, au fond, ne sont que des contenants? Ils n'investissent rien ou presque rien pour le contenu.

Mme Pelletier: Ils font des émissions communautaires, mais en 1992, ils n'ont investi que 4 p. 100 de leurs revenus de 1,5 milliard de dollars. Leur mission n'est pas de faire de la programmation. Cependant, c'est un drôle de système. La dichotomie est telle qu'il n'y a pas de source de financement pour les gens qui créent des émissions qui intéressent le public. Par ailleurs, pour ceux qui les distribuent, le marché est assez abondant pour faire vivre une multitude de compagnies. Il faut que, quelque part, la distribution, qui est un succès, puisse profiter à la production. Autrement, on n'aura plus de produits nationaux à distribuer.

Au Québec, c'est frappant. Ce sont les produits nationaux qui ont le plus de succès. À cet égard, il y a un problème au Canada anglais, où les produits nationaux n'ont pas nécessairement du succès. Chez nous, les productions qui ont eu le plus de succès sont celles qui ont été faits par nos auteurs, nos acteurs, nos producteurs, etc. On trouve qu'ils devraient bénéficier de l'apport de ce public–là. Donc, les câblodistributeurs devraient participer à un fonds servant à la production d'émissions et payer un droit de retransmission.

Mme Tremblay: Par exemple, est–ce que toute personne qui écrit un téléroman doit obligatoirement être membre de votre association?

Mme Pelletier: Non.

Mme Tremblay: C'est volontaire.

M. Légaré: C'est volontaire, mais généralement. . .

[*Traduction*]

Mrs. Tremblay: What does it represent in revenue terms?

The Chairman: The exception would be the satellite transmissions we discussed last night. Some programs in the U.S. can be received via a satellite system called DIRECTV. They also carry Newsworld International, TRIO and MuchMusic. We receive compensation from the U.S. for that programming. But that is all we have.

Mr. Legaré: Those are the two possibilities we have brought forward. As we state in our brief, for too long, we have been concerned with content and with Canadian ownership of distribution, just as we are now becoming concerned about Canadian ownership of a future electronic highway. What you must do is ensure that those who produce and present these programs are compensated. When you allow people to maintain a monopoly, or when you shield people from U.S. competition, you have to ensure that they contribute to the production of Canadian English language and French language programming. They must certainly not be given this privilege without any obligations being attached to it. In this way, in the multi–channel universe, we will be in a position to offer quality programming so that francophones are not tempted to desert Canadian stations for American ones.

Mrs. Tremblay: It is fair to say that cable–operators really are nothing more than containers, so to speak? In other words, they make very little if not no investment for the content they receive.

Mrs. Pelletier: They do produce community programming, although in 1992, their investment amounted to only 4 p. 100 of their revenues of 1.5 billion dollars. Their mission is not to produce programming. At the same time, we have a pretty strange system here in Canada. The fact is that it provides no source of funding for the people who actually create the programs that the public wants to see. And yet, on the distribution side, the market is large enough to support a vast number of companies. Somehow, we have got to arrange things so that the distribution process, which is very successful, can benefit production. Otherwise, we won't have anymore national products to distribute.

In Quebec, the situation is quite striking. It is there that national products have been most successful. In that respect, there is certainly a problem in English Canada, where national products have not necessarily been a success. In Quebec, though, the productions that have been most successful are those that were developed by our own authors, our own actors, our own producers, and so forth. We believe they should receive from benefit from having created that new audience. So, our position is that cable operators should contribute to a fund that would be used to produce programming and should pay rebroadcast rights.

Mrs. Tremblay: Could you tell me whether anyone who writes a serial, say, must be a member of your association?

Mrs. Pelletier: No.

Mrs. Tremblay: It's strictly voluntary.

Mr. Legaré: Yes, it is voluntary, but generally speaking—

[*Text*]

Mme Tremblay: Ce n'est pas comme l'UDA?

Mme Pelletier: Non. C'est pour cela qu'il y a des anciens ministres qui écrivent des téléromans.

The Chairman: We'll go along now to Mr. Hanrahan.

Mr. Hugh Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Do I have the same length of time?

The Chairman: Well, you have a large 10 minutes.

Mr. Hanrahan: I appreciate that, Mr. Chairman.

If Mrs. Tremblay wishes, I'll split my time with her. I'll take the first five minutes and she can have the second. I think I can learn more from her questions than from my own, but I do wish to ask a couple.

Sir, you say on your first page:

– in short, the CBC claims it wants to protect French–language radio but in fact the budget cuts it has undergone amount to keeping its head above water and no more. It is losing energy and leadership in the radio universe.

Are you talking here of only French–language CBC radio or is the same happening in English language?

Mr. Saulnier: We're talking about the French network.

Mr. Hanrahan: Is in fact the English network going up while you are going down, proportionately?

[*Translation*]

Mrs. Tremblay: It is not like the UDA then?

Mrs. Tremblay: No. That is why we have former ministers writing television serials.

Le président: Je vais maintenant donner la parole à M. Hanrahan.

M. Hugh Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Aurais–je autant de temps?

Le président: Vous aurez 10 bonnes minutes.

M. Hanrahan: Merci, monsieur le président.

Si M^me^ Tremblay le souhaite, je veux bien partager mon temps avec elle. Je vais prendre les cinq premières minutes, et elle pourra prendre le temps qui restera. Je pense que je pourrais sans doute en apprendre davantage grâce à ces questions, mais j'en ai tout de même une ou deux à vous poser.

Vous dites à la première page de votre mémoire:

. . .bref, la SRC dit vouloir protéger la radio française, mais dans les faits, les compressions budgétaires qu'elle subit pour qu'elle arrive à peine de se maintenir la tête hors de l'eau. Elle y perd en dynamisme et en leadership dans l'univers radiophonique.

Parlez–vous uniquement de la radio de langue française de la SRC, ou en va–t–il de même pour la radio de langue anglaise?

M. Saulnier: Là nous parlons du réseau français.

M. Hanrahan: Diriez–vous que le réseau anglais se porte de mieux en mieux, alors que dans votre cas, c'est l'inverse, relativement parlant?

• 1615

Mr. Saulnier: The French network is much fatter than we are.

Le réseau anglais ne subit pas des coupures budgétaires proportionnelles. Dans les restrictions budgétaires, on constate que le réseau anglais n'est pas touché autant que le réseau français, parce que ses effectifs et ses moyens sont au départ beaucoup plus importants. Je crois que c'est l'Association pour la défense des services français de Radio–Canada qui vous a signalé que, *grosso modo*, dans les années 1970, les budgets de production alloués aux deux réseaux étaient sensiblement les mêmes et qu'à partir de ce moment–là, l'écart a commencé à se creuser tout à coup. Les effectifs, le personnel et les budgets de production, de construction, d'investissement, etc. se sont mis à augmenter au réseau anglais, alors qu'ils se sont mis à baisser au réseau français. À la radio, nous constatons qu'ils diminuent régulièrement depuis au moins dix ans. Nous ne constatons pas une baisse équivalente au réseau anglais.

Mr. Hanrahan: All right. Perhaps the statement that concerns me most, whether it would be for English or French, is on your second page of the results, where it says that "no next generation is being prepared to take up the torch". Are you doing anything about that? Are you training youth? Are you getting the next generation to develop the skills necessary to replace you?

M. Saulnier: Le réseau anglais a beaucoup plus de ressources que nous.

The English network is not subject to proportional budget cuts. In terms of current budgetary restrictions, we have noted the English network has not been affected as much as the French network, because its staff and resources are already considerably larger. I believe it was the representatives of the Association pour la défense des services français de Radio–Canada who pointed out that overall throughout the 1970's, production budgets allocated to both networks were pretty well the same, but that very soon after that, there suddenly started to be a gap between the two. Staff, production, construction and capital budgets all started to increase on the English network's side, whereas they started to decrease on the French side. In radio, we have noted that resources have been shrinking regularly for at least ten years. We have noted no similar decrease for the English network.

M. Hanrahan: Bon. Je pense que l'affirmation qui me préoccupe le plus, qu'elle concerne le réseau anglais ou le réseau français, se trouve à la deuxième page, où vous parlez de résultats, et où vous dites qu'on ne déploie actuellement aucun effort pour préparer la relève. Est–ce que vous avez fait quelque chose de ce côté là? Offrez–vous une formation aux jeunes? Prenez–vous des mesures pour permettre à la génération suivante d'acquérir les compétences nécessaires pour vous remplacer?

[*Texte*]

M. Saulnier: Nous souhaitons que la direction investisse dans la relève. Il n'y a pas de relève actuellement. Il n'y a pas d'investissement dans ce secteur. On met actuellement sur pied des programmes de perfectionnement destinés au personnel existant et vieillissant, mais il n'y a pas de programmes de recrutement, malgré nos représentations. À plusieurs reprises, nous avons proposé à la direction des programmes de recrutement et des programmes d'établissement de stagiaires. Cela n'existe pas. Il n'y a pas d'argent pour cela en ce moment, nous dit-on. Nous considérons cela dramatique.

Mr. Hanrahan: I have one more quick question. If in fact Quebec were to separate and you had Radio-Québec instead of Radio-Canada, are you confident that Radio-Québec would be able to maintain or increase the budgeting for yourselves?

M. Saulnier: Je préfère m'abstenir de spéculer sur cette question. Je n'ai pas de réponse à vous donner là-dessus. Je crois cependant qu'à l'intérieur des structures actuelles, il y aurait moyen de faire une répartition budgétaire beaucoup plus adéquate pour les besoins de la radio française. Maintenant, est-ce qu'elle bénéficierait d'un meilleur financement dans un Québec séparé? Ce n'est pas à moi de vous dire cela, mais je le souhaiterais.

Le président: Vous pouvez toujours poser la question à M^me^ Tremblay. Mais cela, c'est une autre histoire.

Mme Tremblay: Je ne suis pas témoin.

Le président: Pas encore.

I noticed that Mr. Gallaway and Mr. McKinnon indicated an interest. I don't know if there are other questioners to date, but you always have the right to say what you think. We'll start with Mr. Gallaway and then maybe move along to Mr. McKinnon.

Mr. Roger Gallaway (Sarnia—Lambton): Thank you, Mr. Chairman. I just have a couple of questions.

This follows along with what we heard last evening with respect to the copyright payments, transmission payments, or whatever they're called. I want to get this clear in my mind. I'm not sure I completely understand it. Is it correct that we are paying to the United States, to American companies, moneys for transmission of programs within Canada? Is that what you're telling me?

M. Légaré: Oui.

Mr. Gallaway: Okay. Last evening we heard that the Government of Canada in the past—when I speak of the Government of Canada, I'm speaking now of the RCMP and the old Department of Communications until recently—was protecting American copyright free signals from satellites to TV dishes and that they would in fact monitor, check, or verify that the transmission chip, if that's the correct name for it, within a satellite dish was legal or illegal. If it were illegal, if you were illegally collecting a transmission on an American signal—not a Canadian signal—they would prosecute you, fine you, destroy the dish, whatever they did with it.

[*Traduction*]

Mr. Saulnier: We would certainly like to see management invest in the next generation. At this point, nothing is being done to develop our successors. No investment whatsoever is being made in this area. Development programs are in place for existing and older staff members, but there are not recruitment programs planned, in spite of our representations. On a number of occasions, we have proposed the creation of recruitment and trainee programs to management. At the present time, there are none. We are told that there is no money available for that sort of initiative. We feel the situation is quite dramatic.

M. Hanrahan: J'ai encore une petite question. Si le Québec devait se séparer et que vous vous retrouviez avec Radio-Québec, à la place de Radio-Canada, croyez-vous que Radio-Québec serait en mesure de maintenir ou d'augmenter vos budgets?

M. Saulnier: I prefer not to speculate about something like that. I am afraid I really don't have an answer to that question. However, I do believe that within the current structure, steps could be taken to ensure a more appropriate allocation of funds that would meet the requirements of the French radio network. As to whether or not French radio would receive more funding a separate Quebec, I really cannot say, but I would certainly hope so.

The Chairman: You can always put that question to Mrs. Tremblay. But then, you would probably get quite a different answer.

Mrs. Tremblay: But I am not a witness.

The Chairman: No, not yet.

Je crois que M. Gallaway et M. McKinnon voudraient poser des questions. Je ne sais pas si d'autres membres voudraient la parole, mais rappelez-vous que vous êtes libre d'exprimer votre opinion. Nous allons commencer par M. Gallaway, et nous passerons ensuite à M. McKinnon.

M. Roger Gallaway (Sarnia—Lambton): Merci, monsieur le président. J'ai juste une ou deux questions.

La première fait suite à ce que nous avons entendu hier soir au sujet des droits d'auteur ou des droits de retransmission. Je voudrais être sûr de bien comprendre la situation, car il existe encore un doute dans mon esprit. Est-ce vrai que nous versons des droits aux États-Unis, c'est-à-dire à des entreprises américaines, pour la retransmission d'émissions au Canada? C'est bien cela que vous nous dites?

Mr. Légaré: Yes.

M. Gallaway: Très bien. Hier soir, on nous expliquait que, par le passé, le gouvernement du Canada—et quand je parle du gouvernement du Canada, je parle en fait de la GRC et de l'ancien ministère des Communications—protégeait des signaux américains auxquels ne s'appliquaient aucun droit d'auteur, et qui étaient transmis par satellite et captés par des antennes paraboliques; c'est-à-dire que les autorités canadiennes vérifiaient la puce, s'il s'agit bien d'une puce, utilisée dans l'antenne parabolique pour la transmission afin de déterminer si ce qui était capté était légal ou illégal. Si c'était illégal, c'est-à-dire que si l'on captait illégalement des signaux américains—il ne s'agit pas de signaux canadiens, évidemment—le gouvernement du Canada vous poursuivait, vous imposait une pénalité et pouvait même détruire votre antenne parabolique.

[*Text*]

[*Translation*]

• 1620

To your knowledge, did this occur in Quebec then? I know it occurred in Ontario. Have you heard of this action being taken?

M. Légaré: Ce problème se pose en Floride pour certaines émissions francophones. Dans certains édifices, on pouvait capter des émissions françaises sans payer. Je sais qu'il y a des tentatives. . .

Le président: Canadiennes–françaises ou françaises de France?

M. Légaré: Canadiennes–françaises. Pour contrer la chose, Radio–Canada et le secteur privé se sont organisés pour mettre à la disposition du câble certaines émissions qui viennent du réseau privé, dans le cas de Bonjour Média Inc. par exemple, et intéresser des distributeurs à ces émissions. Ces choses–là sont illégales, mais qui a intérêt à les contrer? Si quelqu'un veut distribuer les émissions canadiennes, il a, bien sûr, intérêt à empêcher cette captation illégale. C'est l'approche qui a été prise. Cela se passe en Floride. Au Québec, nous n'avons pas eu vent de problèmes de ce genre.

Mr. Glen McKinnon (Brandon—Souris): Thank you very much, ladies and gentlemen. I have just a couple of questions.

I was very intrigued with your metaphor on container and content—the pail, if you will—and I was also intrigued with some of your answers in relation to the failure of the corporations to keep up with the training of young personnel. Is that just unique to the communications industry or is this true of other things in your part of the world? I'm saying that because I sense that's happening in the west. As the right sizing of corporations occurs, they're leaving behind an aging set of workers. Is that happening in your industry?

The Chairman: You might even want to ask the other witnesses, which is the television side of the House. Even in this universe we're talking about, the same phenomenon is true.

Mme Pelletier: Notre situation est un peu différente. Nous ne sommes pas des employés de Radio–Canada, mais des entrepreneurs privés. Nous sommes un peu comme des auteurs de livres qui se découvriraient des éditeurs. Radio–Canada a souvent recours à nos services, mais nous sommes des fournisseurs et non des employés.

Auprès des auteurs, le renouveau se fait, comme il se fait dans les autres domaines de la création. Il y a des vocations. On n'a pas d'ateliers fermés. On n'empêche pas les vocations. Radio–Canada a parfois eu une attitude assez conservatrice envers les jeunes auteurs. À l'époque, dans les émissions pour enfants, et même maintenant dans les dramatiques, ils ouvrent les vannes et sont prêts à découvrir les nouveaux talents. On ne peut pas dire que c'est un problème chez nous.

Mme Magnan: Par contre, vous avez certainement à vivre un problème si vos textes sont réalisés par des gens qui n'ont pas l'expérience nécessaire pour le faire. Le problème vous concerne à ce moment–là.

À votre connaissance, est–ce que ce même genre de chose se produisait au Québec à l'époque? Je sais que cela se produisait en Ontario. Avez–vous déjà entendu parler de ce genre d'incident?

Mr. Légaré: This has certainly been a problem in Florida with French–language programming. In some buildings it was possible at one time to receive French–language programs without paying. I know that there have been attempts—

The Chairman: French–language programs from Canada or from France?

Mr. Légaré: From Canada. To discourage this kind of activity, Radio–Canada and the private sector got together and agreed to make some privately–made programs—for instance, some made through Bonjour Média Inc.—available on cable in order to distributors interested in this kind of programming. That sort of thing is illegal, but who exactly has an interest in opposing it? If someone wants to distribute Canadian programming, it is obviously in his interest to prevent people from receiving it illegaly. That is precisely the approach that was taken. It certainly goes on in Florida. In Quebec, however, we have not really heard of people having that king of problem.

M. Glen McKinnon (Brandon—Souris): Merci beaucoup, mesdames et messieurs. J'ai juste une ou deux questions.

J'ai trouvé tout à fait intriguant votre métaphore sur le contenant et le contenu, tout comme vos réponses concernant l'absence de programmes de formation destinés aux jeunes au sein de la société m'ont beaucoup intéressé. Croyez–vous que ce soit un problème qui intéresse exclusivement l'industrie des communications, ou est–ce vrai dans d'autres secteurs également chez vous? Si je vous pose la question, c'est que j'ai l'impression qu'un phénomène semblable se manifeste à l'heure actuelle dans l'Ouest du pays. Les société réduisent leurs effectifs pour être efficaces, mais en fin de compte, ils ne leur restent plus qu'un groupe de travailleurs plus âgés. Êtes–vous touchés par le même phénomène dans votre industrie?

Le président: Il faudrait peut–être que vous posiez votre question aux autres témoins, qui représentent le secteur de la télévision. Même dans notre petit univers, ce même phénomène se manifeste.

Mrs. Pelletier: Well, our situation is somewhat different. We are not employees of the CBC, but rather private contractors. We are a little like authors who go out to find themselves a publisher. Radio–Canada often makes use of our services, but we are suppliers, not employees.

In author's circles, renewal is definitely taking place, as it is in other areas of creation. There are still people who feel they have a vocation. And there's no such thing as closed shops in our area. We don't prevent people from following their vocation. In the past, Radio–Canada has sometimes been quite conservative in terms of encouraging young authors. Some years ago with children's programming, and now, with drama series, they are showing a real openness and willingness to discover new talents. We certainly can't say that has been much of a problem in Quebec.

Ms Magnan: On the other hand, you may well have a problem if your work is produced by people that don't have enough experience to do it properly. That is the sort of problem that affects you directly.

[*Texte*]

Mme Pelletier: On ne s'est pas retrouvés avec des réalisateurs sans expérience. Il y a un problème de vieillissement de ce côté. Ce sont plutôt des gens qui ont beaucoup d'expérience.

Mme Magnan: D'après ce que je lis sur le développement d'autres entreprises, il y a quand même une tendance à encourager la formation de la relève et la formation en général. Chez nous, on ne sent pas cette volonté.

Le président: J'aimerais explorer davantage le phénomène des pigistes et de la production indépendante. Je sais qu'au Canada anglais, à l'heure actuelle, on assiste à un épanouissement extraordinaire de la production indépendante, peut–être pas en radio, mais certainement en télévision et dans les films. En 10 ans, le nombre de gens faisant de la production indépendante a au moins doublé. En même temps, CBC conclut de plus en plus d'ententes avec le secteur privé.

• 1625

Je parle surtout des indépendants. Au Québec, avez–vous un plateau depuis dix ans, ou si vous avez aussi une explosion de gens qui sont impliqués dans la production indépendante?

Mme Pelletier: La part de la production indépendante à Radio–Canada, dans le secteur des dramatiques que je connais le mieux, est maintenant beaucoup plus considérable qu'auparavant. Les très gros succès de Radio–Canada sont faits par des producteurs indépendants.

Le président: Mais dans l'univers des talents, y a–t–il eu un accroissement en nombres absolus depuis 10 ans?

Mme Pelletier: Auparavant, les auteurs. . .

Le président: Y a–t–il des coproductions avec la France, etc.?

Mme Pelletier: Notre milieu était quand même assez petit. En ce moment, il y a une coproduction avec la France qui passe à Radio–Québec, mais ce n'est pas cela qui a ouvert des portes à des talents. Nos clients sont peu nombreux. Le plus gros client de la production privée, c'est Radio–Canada. Auparavant, il n'aurait pas été pensable pour un auteur de vivre seulement de la production privée. Maintenant, il y a assez de travail pour que certains auteurs ne travaillent jamais directement pour le compte de Radio–Canada, mais plutôt pour le compte de producteurs privés. Il y en a beaucoup.

Le président: Est–ce que l'industrie est accueillante pour la production étrangère de films et d'émissions de télévision, comme c'est le cas à Vancouver et à Toronto? Est–ce qu'il y a maintenant des productions américaines ou autres qui sont faites au Québec?

M. Légaré: Montréal est un lieu de tournage de certaines productions américaines.

Mme Pelletier: Mais pas aussi important que la Colombie–Britannique.

M. Légaré: Beaucoup moins important, en effet. Nous représentons des auteurs et des recherchistes et cela ne nous touche pas, parce que nos auteurs écrivent essentiellement en langue française. Cela touche beaucoup les techniciens. Cela permet effectivement à l'industrie de vivre.

[*Traduction*]

Mrs. Pelletier: We have not had a problem with producers having inadequate experience. People working in this area in fact tend to be older. They are more likely to be people with a great deal of experience.

Ms Magnan: Based on what I've read about the way other sectors and industries are developing, there does seem to be a tendency to encourage training and particularly the training of young workers. In Quebec, however, that does not seem to be as great a priority.

The Chairman: I would like to explore further with you the issue of freelance work and independent production. I know that in English Canada, independent production has grown tremendously, perhaps not so much in radio, but very much so in television and films. Over the past 10 years, the number of people involved in independent production has at least doubled. At the same time, the CBC is concluding more and more agreements with the private sector.

I am referring to the independents, in particular. In Quebec, have things remained at the same level for the past ten years, or are you also experiencing an explosion in the number of people involved in independent production?

Mrs. Pelletier: In the dramatic series sector which is the one I know best, there is much more independent production at Radio–Canada than there used to be. The very successful Radio–Canada series were in fact produced by independent producers.

The Chairman: But in the talent universe, has there been an increase, in absolute terms, over the past 10 years?

Mrs. Pelletier: Previously, authors—

The Chairman: Are there co–productions with France, etc.?

Mrs. Pelletier: Our milieu was a relatively small one, in any case. At this time, there is a co–production with France that is being broadcast by Radio–Québec, but that is not the kind of thing that opens doors to artists. Our clients are not very numerous. The biggest client for private production is Radio–Canada. It would not have been conceivable in the past for an author to live strictly from independent production. Now, there is enough work to enable some authors to never work directly for Radio–Canada; they work for private producers. There are many.

The Chairman: And does the industry welcome foreign producers of films and television programs, as they do in Vancouver and Toronto? Are there now American—or other—productions filmed in Quebec?

Mr. Légaré: Some American productions are filmed in Montreal.

Mrs. Pelletier: But Montreal is not as popular as British Columbia in this regard.

Mr. Légaré: Much less so, indeed. We represent authors and researchers and that does not affect us, because the authors we represent write in French, generally. Foreign production does affect technicians a great deal. In fact, it contributes to the survival of the industry.

[*Text*]

Mme Magnan: L'intérêt de Radio–Canada est un intérêt public, alors que l'intérêt privé est un intérêt privé, qui doit rendre des comptes aux actionnaires des compagnies, ce qui n'est pas le cas de Radio–Canada. On n'est pas là pour faire de l'argent. On est là pour servir les auditeurs et les téléspectateurs canadiens. C'est une différence fondamentale.

Mme Tremblay: Pour poursuivre ce débat, ce n'est pas l'arrivée de Téléfilm qui a multiplié à perpète le nombre de compagnies, parce qu'on ne pouvait pas réaliser plus de tant de projets avec telle compagnie. Une fois qu'on avait eu ses deux projets, on se créait une nouvelle compagnie pour pouvoir réaliser d'autres projets. C'est un peu comme cela que les choses fonctionnent. Il y a des projets, et une compagnie a droit à un maximum de deux projets. Si on veut faire trois films, on est obligé de se créer une nouvelle compagnie pour avoir une subvention pour son troisième projet. Autrement, on ne l'a pas.

Toute cette prolifération de compagnies privées se fait en petits morceaux. On dit que les meilleurs succès de Radio–Canada ont été des productions externes à Radio–Canada, mais si Radio–Canada n'avait pas garanti la diffusion de la série, celle–ci n'aurait jamais été produite. C'est l'oeuf de Colomb.

Mme Pelletier: Tout à fait.

M. Légaré: On dit d'ailleurs dans notre mémoire que ces producteurs privés sont aussi financés par le public. Il est important de maintenir la production interne à Radio–Canada. Les créateurs doivent avoir accès à plusieurs lieux. Cela permet une plus grande liberté d'expression. On ne préconise pas la privatisation de la production interne. Ils ont fait d'excellentes productions, parfois à des coûts fort peu élevés par rapport aux coûts de la production privée. Avec des émissions qui coûtent 200 000$ l'heure, on va chercher deux millions de téléspectateurs. C'est énorme et c'est un succès de la production interne de Radio–Canada. Donc, il est important de maintenir cette production interne. Il y a toute une histoire derrière cela. On ne rejette pas du revers de la main cette capacité de produire des émissions à but essentiellement culturel.

Les productions privées sont aussi acquises par Radio–Canada, qui leur donne un créneau.

• 1630

Mme Tremblay: Dans le rapport annuel de 1993–1994 de la Société, on disait qu'on allait améliorer le reflet régional aux antennes réseau. C'était un des objectifs de la Société. Est–ce que ce plan a été bien mis en application? Quel impact est–ce que cela a eu? Qu'est–ce que cela a changé?

Mme Magnan: Pour la radio, cela n'a pas changé grand–chose, parce qu'une grande place était déjà accordée aux régions. La contribution régionale prend une grande place à la radio.

À la télévision, on a remarqué... Il y a une émission qui me frappe, entre autres. C'est celle de Michel Louvain, le midi, qui est faite à Québec, mais par des gens de Montréal. Il y a des gens de Radio–Canada à Montréal qui vont faire l'émission à Québec avec des musiciens de Montréal et des artistes de Montréal. Cela devient un produit régional. J'ai peut–être des doutes quant à la pertinence d'appeler cela une production régionale, mais...

[*Translation*]

Ms Magnan: Radio–Canada's interest is the public interest, whereas private interests have private interests; they must report to the shareholders of companies, which is not the case for Radio–Canada. Our prime purpose is not to make money. We are there to serve Canadian listeners and viewers. That is a fundamental difference.

Mrs. Tremblay: To continue this debate, the arrival of Téléfilm did not cause a vast increase in the number of companies, because you can only produce a certain number of projects with a given company. Once you had completed your two projects, you created a new company in order to be able to move on to new projects. That is how things work, more or less. There are projects, and one company has the right to a maximum of two projects. If you want to produce three films, you have to create a new company in order to obtain a subsidy for your third project. Otherwise, you don't get it.

This proliferation of private companies happens piecemeal. People say that Radio–Canada's most popular programs were produced outside Radio–Canada, but if Radio–Canada had not guaranteed that the series would be broadcast, it would never have been produced. It's a chicken and egg situation.

Mrs. Pelletier: Quite so.

Mr. Légaré: In our brief we do say, in fact, that those private producers are also publicly funded. It is important that internal production be maintained at Radio–Canada. Those who create must have access to several outlets. That allows for greater freedom of expression. We do not advocate the privatization of internal production. Internal production has produced excellent work, sometimes at a very low cost as compared to the cost of private production. With programs that cost 200,000$ per hour to produce, we reach two million viewers. That is enormous and it is one of the success stories of internal production at Radio–Canada. Thus, it is important that that internal production be maintained. There is a long history behind all of that. One should not just brush aside that capacity for producing programs that have a cultural objective, essentially.

Private productions are also acquired by Radio–Canada, and that provided them with an outlet.

Mrs. Tremblay: The 1993–94 annual report of the Corporation stated that you were going to improve the network's regional coverage. That was one of the objectives of the Corporation. Was that plan duly implemented? What impact did it have? What did it change?

Ms Magnan: For radio, it did not change much, because the regions were already very important. In radio, regional contributions are considerable.

As for television, we noted—I am struck by one program, among others. It is the Michel Louvain program, which is on at noon, and which is produced in Quebec by people from Montreal, however. Radio–Canada employees from Montreal go to Quebec to produce that program with Montreal musicians and Montreal artists. It becomes a regional product. I may have some doubts about the relevancy of calling that a regional production but—

[*Texte*]

Mme Tremblay: On m'a dit que, lors de la soirée des élections, il a fallu qu'on fasse venir des caméras de Montréal pour produire une émission nationale. C'était les élections, mais il n'y avait plus de caméras de disponibles. Il y a des problèmes de ce côté–là. Les caméras sont monopolisées dans un centre commercial et ne sont plus disponibles ailleurs.

Dans votre mémoire, vous dites que la radio publique française doit être perçue comme indispensable pour les francophones du pays. Notre collègue, et néanmoins ami, qui est disparu, vous posait une question sur Radio–Québec. Rassurez–vous: on va garder Radio–Canada même quand on va partir.

The Chairman: Two of you just got your questions answered.

Mme Tremblay: Farce à part, la francophonie canadienne est–elle vraiment présente à la radio de Radio–Canada? Avez–vous l'impression que la Société remplit vraiment son mandat à cet égard?

Mme Magnan: J'entends des émissions qui viennent de Moncton. L'émission à laquelle je travaille est diffusée au FM, le soir. On y présente des concerts. Toutes les semaines, on diffuse un concert qui vient de Vancouver, de Québec, de Trois–Rivières ou de. . .

Mme Tremblay: Je ne suis pas inquiète là–dessus, mais y a–t–il une véritable survivance de la radio? Est–ce que les gens écoutent la radio?

L'autre jour, en venant de Rimouski, j'écoutais une émission. On faisait un reportage sur une nouvelle station communautaire qui venait d'ouvrir, mais que personne n'écoutait parce que tout le monde dans le coin de Moncton écoute une station anglophone qui diffuse de la musique pop. C'est la station la plus populaire.

Mme Magnan: C'est un problème de diffusion.

Mme Tremblay: Les gens écoutent–ils la radio?

M. Saulnier: Je ne peux pas vous faire le tableau de la survivance des communautés francophones à l'extérieur du Québec. Les statistiques démontrent qu'à l'ouest de l'Ontario, le renouvellement de l'expression française dans les familles s'amoindrit. Dans les régions périphériques, Radio–Canada français n'est certainement pas le poste de radio le plus écouté.

Est–ce que l'écoute de cette radio se renouvelle? Je ne saurais le dire, mais tous les francophones de l'extérieur du pays, même si leurs comunautés s'amenuisent, vous diront que Radio–Canada demeure leur tuyau d'oxygène, le seul qu'ils ont pour entendre parler d'eux–mêmes, pour entendre parler de ce qui se passe ailleurs et pour entendre un peu leurs talents diffusés sur le réseau. Dans ce sens–là, la présence de Radio–Canada dans les régions est essentielle.

Le président: Dans le contexte du Canada anglais, quand on parle de l'importance de la radio vis–à–vis de la télévision anglaise, on dit: La radio est entrée dans la mythologie; c'est formidable; c'est sensationnel. Il y a là de la loyauté. C'est devenu presque mythique avec le 11 p. 100 que nous avons. Je n'ai pas l'impression que la radio de Radio–Canada est perçue au Québec comme une chose extraordinaire, comme un atout, etc. Je ne parle pas des francophones hors Québec. Y a–t–il une différence entre le rôle de la radio de Radio–Canada au Québec et son rôle dans le reste du pays?

[*Traduction*]

Mrs. Tremblay: I was told that on the evening the election results came in, they had to bring in Montreal cameras to produce a national program. They were covering the elections, but there were no more cameras available. There are problems in that regard. Cameras are monopolized in a large commercial centre and are no longer available elsewhere.

In your brief, you say that French public radio must be perceived as indispensable for the country's Francophones. Our colleague and friend, who has disappeared, asked you a question about Radio Québec. You can relax; we will maintain Radio–Canada, and this will be true even after we leave.

Le président: On vient de répondre aux questions de deux d'entre vous.

Mrs. Tremblay: But seriously, is the Canadian French community really present on CBC radio? Do you have the impression that the Corporation is really fulfilling its mandate in that regard?

Ms Magnan: I hear programs out of Moncton. The program I on is broadcast on the FM band, at night. We broadcast concerts. Every week, we broadcast a concert from Vancouver, Quebec, Trois–Rivières or—

Mrs. Tremblay: I'm not worried about that, but can we talk about a real survival of radio? Do people really listen to radio?

The other day, I was listening to a program as I came back from Rimouski. There was a report on a new community station that had just opened up, but they said that no one listened to it because everyone in the Moncton area listens to an English station that broadcasts pop music. It is the most popular station.

Ms Magnan: It is a broadcasting problem.

Mrs. Tremblay: Do people listen to radio?

Mr. Saulnier: I cannot give you an overall picture of the survival of Francophone communities outside Quebec. Statistics show that west of Ontario, the inter–generational transfer of French in families is decreasing. In the peripheral regions, the CBC's French radio stations are certainly not the ones that are the most listened to.

Do people still listen to radio? Are there new listeners? I couldn't really say, but all of the Francophones outside Quebec, even though their communities are dwindling, will tell you that Radio–Canada continues to be their oxygen line, the only radio where they can hear about themselves, and hear reports about what is happening elsewhere; it is also the only network that broadcasts some of their artists. In that sense, Radio–Canada's presence in the regions is essential.

The Chairman: In the context of English Canada, when we talk about the importance of radio as compared to English television, people say: CBC radio has become legend; it's extraordinary, it's sensational. There is loyalty there. With the 11% of listeners we do have, the importance of radio has almost taken on mythological proportions. I'm not under the impression that Radio–Canada radio is perceived in Quebec as something extraordinary, an asset, etc. I'm not talking about Francophones outside Quebec, now. Is there a difference in the role Radio–Canada radio plays in Quebec and its role in the rest of the country?

[*Text*]

[*Translation*]

• 1635

M. Saulnier: Il faut regarder en même temps le médium qu'est la radio chez les francophones et le médium qu'est la télévision, ainsi que l'importance très grande de la télévision française pour les francophones.

Je dirais qu'en gros, la radio de Radio–Canada maximise ses auditoires pendant toute la journée et qu'à partir de 19 heures ou 19h30, c'est la télévision française qui prend le relais. La radio s'adresse à ce moment–là à des publics beaucoup plus spécialisés. Pendant le reste de la journée, cette radio généraliste s'adresse à un auditoire très important pour le genre de mandat qu'elle a.

Mme Tremblay: Je crois qu'on la tient un peu pour acquise. Si la radio n'était pas là, on en souffrirait beaucoup, mais comme elle n'a pas été coupée. . .

Le président: Pas tout à fait. Au Canada anglais, les service d'informations de la radio de Radio–Canada le matin, entre 6 heures et 9 heures. . .

Mme Tremblay: C'est la même chose au Québec.

Le président: . . .sont extraordinaires et jouissent d'une grande popularité. C'est même le cas des nouvelles de 6 heures à 6h30. C'est primordial.

Mme Tremblay: Le soir, c'est à 17h30 et le matin, c'est à 8 heures. En fait, c'est de 6 heures à 9 heures, avec toutes les informations.

Le président: C'est aussi populaire que. . .

Mme Tremblay: Oui, très populaire.

Le président: Cela nous aide beaucoup parce qu'on n'a pas vraiment de quoi comparer.

M. Saulnier: C'est très populaire.

Mme Magnan: Radio–Canada a une grande crédibilité. Quand il y a une soirée d'élections, par exemple, l'auditoire va aller vers Radio–Canada.

M. Saulnier: Mais la grande crédibilité de la radio vient aussi du fait qu'elle s'est débarrassée de la publicité il y a plusieurs années. Cela nous donne un ton et une possibilité de contenu enrichi. C'est cela qu'il faut préserver.

Mr. McKinnon: I'll just have a try at a question here. I am not sure whether I can articulate it. I'm trying to ask whether there is in the francophone community a tendency, if you are listening to poor, low–quality programming in the French language, to switch to higher–quality English programming, whether it's music—

The Chairman: On radio or television?

Mr. McKinnon: I'm talking about radio. Disc jockeys in French versus disc jockeys in English, I guess is what we're asking about.

Mrs. Tremblay: In my city I cannot get any Radio–Canada *en anglais* or anything in English.

Mr. Saulnier: At the same time, you have to consider just what radio means to francophones, as opposed to television, and the tremendous importance of French television for francophones.

I would say that generally speaking, French network radio has its largest audience during the day, and that starting at about 7:00 or 7:30 p.m., French language television tends to take over. In the evening, radio programming tends to be aimed at a much more specialised audience. During the day, however, regular radio programming is aimed at and reaches a very large audience, given its mandate.

Mrs. Tremblay: I think we pretty well take it for granted. If we didn't have radio, we would really miss it, but since it hasn't been cut—

The Chairman: Well, not really. In English Canada, radio news programming presented on CBC in the morning between 6:00 and 9:00 a.m.—

Mrs. Tremblay: Yes, it's the same in Quebec.

The Chairman: —is really quite extraordinary as well as being extremely popular. The same would apply to the newscast from 6:00 to 6:30am. That kind of programming is really important.

Mrs. Tremblay: In the evening, it's at 5:30, and in the morning, it is at 8:00. In fact, there is regular news programming between 6:00 and 9:00am.

The Chairman: It's as popular as—

Mrs. Tremblay: Yes, very popular.

The Chairman: It is helpful to know that, because we really don't have any other base of comparison.

Mr. Saulnier: Yes, it is very popular.

Ms Magnan: Radio–Canada has a lot of credibility with the public. On election night, for instance, people will automatically turn on Radio–Canada.

Mr. Saulnier: But the tremendous credibility which radio enjoys is also due to the fact that it got rid of advertising a few years ago. It gives us a particular sound and allows us to provide much more interesting and fuller content. That is precisely the sort of thing we have to preserve.

M. McKinnon: Je vais essayer de vous poser une question. Je ne suis pas sûr de pouvoir bien la formuler. Je voudrais savoir s'il existe au sein de la communauté francophone une tendance, si vous écoutez d'habitude des émissions de langue française de faible qualité, de passer aux émissions de langue anglaise, qui sont de qualité plus élevée, qu'il s'agisse de musique. . .

Le président: Vous parlez de la radio ou de la télévision?

M. McKinnon: Je parle de la radio. Autrement dit, est–ce que les gens préfèrent que leurs animateurs soient francophones ou anglophones. C'est un peu à ça que se résume ma question.

Mme Tremblay: Là où j'habite, il n'est pas possible d'obtenir Radio–Canada en anglais; en fait, il n'y a rien en anglais.

[*Texte*]

Il n'y a aucun poste de radio anglais dans ma région. Aucun. Je n'ai que du français à la radio.

Le président: Mais vous avez les deux services de Radio–Canada, le FM et le AM.

Mme Tremblay: Oui, le AM, le FM et la radio privée, mais il n'y a pas de radio anglaise dans mon comté.

Mr. Hanrahan: Are there any English–speaking people in your area?

Mme Tremblay: Non.

Mr. Hanrahan: Why is that?

Mrs. Tremblay: Well, there are a few.

Le président: À Métis–sur–Mer, il y en a plusieurs.

Mme Tremblay: L'Institut d'océanographie a attiré beaucoup d'anglophones.

The Chairman: Bonnie Brown.

Ms Bonnie Brown (Oakville—Milton): Mr. Chairman, I'm having trouble thinking up a question because I find the presentation here very clear. I find the philosophical base of it agrees with mine and I agree with the recommendations, so what is there to ask about?

I want to assure the presenters that it did not go over my head. I understand it. I agree and I think those of us who are concerned about the protection of our culture and the content as opposed to the container in English Canada have a lot to learn. I wish more English Canadians could pick up the dedication and the understanding of what culture is that you people have done so well over the years. Thank you.

The Chairman: Mr. Hanrahan.

Mr. Hanrahan: I have just one question from the television group. You say on page 3 of your English translation, "under the role of the SRC our television is exemplary", and you go on to say how it out–rates the American series and so forth. What I would like to know is whether you sell any of these francophone productions to other francophone countries.

• 1640

Mrs. Pelletier: Yes, we do.

On n'en vend pas autant qu'on le voudrait, mais on en vend. Depuis deux ans, en France, il y a eu la série *Émilie*, qui a été faite en coproduction avec Radio–Canada, et la série *Blanche*. Il y a 10 ans, Radio–Canada avait vendu une série qui s'appelait *Sous le signe du lion*, qui a été un succès même en Belgique. Nous aimerions que Radio–Canada vende encore plus à l'étranger. Cela nous semble possible. Radio–Canada, dans le cas des productions à l'interne, travaille avec de petits budgets, mais elle a une grande expertise de la télévision que lui envient souvent les autres pays de la Francophonie, tant au niveau des acteurs que de ceux de la réalisation et de l'écriture des textes.

Mr. Hanrahan: Do you have an active marketing agency within SRC to go out and sell these, or do you just wait for people to come to you?

[*Traduction*]

There are no English language radio stations in my area. None whatsoever. We only have French language radio stations.

The Chairman: But you have both services available through Radio–Canada—in other words, FM and AM.

Mrs. Tremblay: Yes, we have AM, FM and private radio stations, but no English language radio stations in my riding.

M. Hanrahan: Y a–t–il des anglophones dans votre région?

Mrs. Tremblay: No.

M. Hanrahan: Comment cela se fait–il?

Mme Tremblay: Eh bien, il y en a quelques–uns.

The Chairman: There are some in Métis–sur–Mer.

Mrs. Tremblay: The Institute of Oceanography has certainly attracted a lot of anglophones.

Le président: Bonnie Brown, vous avez la parole.

Mme Bonnie Brown (Oakville—Milton): Monsieur le président, j'ai du mal à trouver une question à poser aux témoins, car leur exposé était tellement clair. Ils ont essentiellement la même philosophie que moi et je suis tout à fait d'accord avec leurs recommandations, alors qu'est–ce que je peux bien leur poser comme question?

Je veux tout de même rassurer nos témoins en leur disant que j'ai très bien compris leurs arguments. Je suis d'accord avec eux, et je pense qu'au Canada anglais, ceux d'entre nous qui nous préoccupons de la protection de notre culture et du contenu, par rapport au contenant, avons encore beaucoup à apprendre. J'aimerais que davantage de Canadiens anglais comprennent aussi bien que vous l'importance de la culture et soient aussi capables que vous de la défendre. Merci.

Le président: Monsieur Hanrahan.

M. Hanrahan: J'ai une question à poser aux représentants de la télévision. Vous dites à la page 3 de votre texte :«que vu le rôle de la SRC, notre télévision est tout à fait exemplaire», et vous continuez en disant à quel point elle est supérieure aux émissions et aux téléromans américains. J'aimerais donc savoir si vous vendez vos productions de langue française à d'autres pays francophones.

Mme Pelletier: Oui, absolument.

We don't sell as many as we would like, but we do sell some. In the past two years, the series entitled *Émilie*, which was co–producted with Radio–Canada, was broadcast in France, as was the *Blanche* series. Ten years ago, Radio–Canada sold a series called *Sous le signe du lion*, which was a success even in Belgium. We would like to see Radio–Canada sell more of its productions abroad. We certainly think it's possible. In terms of its internal productions, Radio–Canada often works with small budgets, but it has the kind of extensive expertise in television that other francophone countries often envy, because it does indeed have access to highly skilled actors, producers and writers.

M. Hanrahan: Existe–t–il au sein de la SRC un service de marketing qui se charge de vendre ses productions, ou vous contentez–vous d'attendre qu'on vous en fasse la demande?

[*Text*]

Mme Pelletier: Il existe un service des ventes, mais on a l'impression que les produits les plus attrayants, ces dernières années, ont été faits par des maisons de production privées, parce qu'elles bénéficiaient de budgets beaucoup plus élevés que ceux dont bénéficie la production à l'interne. Il s'agissait donc de produits plus comparables, au niveau de la valeur de production, à ce qui se fait aux États–Unis. Les séries qui ont été vendues en France ne sont généralement pas des séries produites à l'interne de Radio–Canada, mais des séries pour lesquelles Radio–Canada jouait le rôle de coproducteur et était le premier diffuseur de la série. Il y a un service des ventes, mais on aimerait qu'il se fasse davantage de ventes.

Mme Tremblay: Dans vos recommandations, vous souhaitez que la production interne de Radio–Canada soit maintenue. Vous n'êtes pas sans savoir que certains sont venus nous dire ici qu'il fallait mettre la clef dans ce service. Quels seraient les avantages du maintien d'un service de production interne à Radio–Canada?

Mme Pelletier: D'abord, Radio–Canada est faite pour cela. Tant au niveau du personnel que des studios, Radio–Canada est un producteur qui a plus de 40 ans d'expérience, qui a une longue tradition et une grande expertise. Bien sûr, Radio–Canada a ses limites comme producteur, comme d'ailleurs tous les producteurs privés. Cependant, la production à l'interne de Radio–Canada est relativement peu coûteuse. Par exemple, je travaille à une émission qui s'appelle *À nous deux*. J'écris cette émission avec un co–auteur. Le budget de l'émission est de 123 000$. Si on calculait de façon plus large, avec les *overheads*, on pourrait arriver à 200 000$. Deux cent mille dollars pour 1,6 million de téléspectateurs, ce n'est rien du tout. Radio–Canada est très économe à sa manière. Essayez de demander le même effort au secteur privé. D'abord, le secteur privé n'est pas aussi privé qu'on le dit, puisque les fonds viennent à 70 p. 100 de Téléfilm. D'autre part, il faut une immense structure. Une émission comme *À nous deux*, c'est 39 heures par année. Cela prend toute une structure. Pourquoi détruire un producteur public? Pour créer quoi? Des petits producteurs privés qui dépendent de l'argent public? Je crois qu'il y a une immense place à faire à la production privée, et Radio–Canada la fait, mais il faut aussi maintenir la production interne. Radio–Canada est un de nos clients.

Mme Tremblay: Certains nous ont dit que si on donnait plus d'argent aux entreprises privées bien nanties qui font des profits, cela n'augmenterait pas le nombre ou la qualité des émissions. Cela ne ferait qu'augmenter les profits des entrepreneurs privés. Partagez–vous ces conclusions?

Mme Pelletier: Oui.

Mme Magnan: On n'a pas la même garantie.

M. Légaré: Leurs préoccupations ne sont pas toujours culturelles. On le voit parfois dans les questions qui ont trait à la coproduction. Pour eux, la coproduction est intéressante parce qu'elle leur permet d'assurer plus facilement leur montage

[*Translation*]

Mrs. Pelletier: There is a sales department, but we have the impression that the most attractive products in recent years have actually been made by private production companies, because they have had access to much higher budgets than the kind that are available for internal productions. In other words, in terms of their production values, these programs were more comparable to the kind of thing that's being produced in the U.S. Series that are sold in France are generally not series produced internally by Radio–Canada, but rather ones where the Corporation has acted as co–producer and has been the first to air the series. So, there is a sales department, but we would like to see it play a more active role when it comes to selling Canadian productions.

Mrs. Tremblay: In your recommendations, you say that Radio–Canada should continue its in–house production. I'm sure you know that some witnesses who have appeared before the committee have said that service should be shut down. What advantage would there be in maintaining Radio–Canada's in–house production service?

Mrs. Pelletier: First of all, that is very much part of Radio–Canada's mandate. Both in terms of its staff and the studios and production facilities it has, Radio–Canada is a producer that has been in the business for 40 years, that has a long tradition of program production and tremendous expertise in this area. Of course, Radio–Canada also has its limitation when it comes to production, just as all private producers do. However, in–house production costs relatively little at Radio–Canada. For instance, I worked on a program called *À nous deux*. I co–wrote the script for that program. The total budget was $123,000. If I were to include everything, including overhead, I would say the total cost might have been around $200,000. Two hundred thousand dollars to produce a program that reaches 1.6 million viewers is really nothing. So, Radio–Canada is in a position to produce these programs very economically. Just try and get the private sector to do the same. First of all, the private sector is not as private as people think, because 70% of the funding comes from Telefilm Canada. Also, you have to have a whole infrastructure behind you. A program like *À nous deux* represents about 39 hours of programming per year. That requires infrastructure. Why destroy a public producer. In order to create a lot of small private producers who would then depend on public funds to produce these programs? I think there is a lot of room for private production, and Radio–Canada certainly makes room for it, but there is also good reason to maintain in–house production. Radio–Canada is definitely one of our clients.

Mrs. Tremblay: Some people have said that if we gave more money to well–established private companies who are already making profits, we would not necessarily end up with more or better programming. Independent contractors would just make more in profits. Would you agree with that?

Mrs. Pelletier: Yes.

Ms Magnan: We would not have the same kind of guarantees.

Mr. Légaré: Their concerns are not always cultural in nature. This sometimes becomes clear when issues arise relating to co–productions. As far they're concerned, co–productions are a valuable option because they allow them to put together their

[*Texte*]

financier. Cependant, lorsqu'on parle de contenu, ils aimeraient pouvoir faire des oeuvres qui plaisent à tous, et non pas des oeuvres qui sont culturellement identifiées. Ils veulent faire des oeuvres sans saveur, un peu plus mièvres, dans lesquelles il pourrait y avoir un acteur italien, un autre français, etc. Ils veulent tout mélanger, justement dans le but de faciliter le financement. Il est important qu'un producteur comme Radio–Canada, qui a comme seul impératif la culture et non pas les intérêts financiers, soit maintenu. Les autres n'ont pas toujours cette préoccupation. Comme toute entreprise privée, et c'est sans doute légitime, ils veulent assurer la survie de l'entreprise et augmenter ses profits. Pour cette raison, la culture deviendra peut–être un enjeu moins important qu'elle ne l'est actuellement.

[*Traduction*]

financing more easily. However, when it comes to content, they are more interested in producing programs that everybody likes, and not necessarily things that are associated with a specific culture. They are more interested in producing pretty, somewhat insipid and sentimental programs featuring, say, an Italian actor, a French actor, and so on. They want to put a little bit of everything in there, precisely because they feel it will facilitate the financing aspect. So, it is important to maintain the role of a producer like Radio–Canada, who has only a cultural imperative, rather than financial interests to protect. The cultural issue is not always a concern of private producers. Like any private business, and that is no doubt legitimate, they want to ensure the survival of the business and increase its profits. For that reason, the cultural aspect may become less important than it is at the present time.

• 1645

Mme Magnan: Avec Radio–Canada, le contribuable canadien est sûr que l'argent lui revient à travers les productions qui sont faites à la télévision et à la radio. Dans le cas d'un privé, l'argent s'en va chez l'actionnaire. C'est ce qu'on voit dans le bilan financier de fin d'année.

M. Jean–Marie Ladouceur (vice–président, Société des auteurs, recherchistes, documentalistes et compositeurs): Dans la mesure où la grille horaire de grande écoute apporte des profits à Radio–Canada grâce aux productions internes, la Société peut assurer sa grille horaire du reste de la journée. Cela, c'est indéniable. Notre président vous a signalé que le fait de réduire les ressources financières de Radio–Canada entraînerait indéniablement une atteinte à la qualité de la grille horaire de Radio–Canada, y compris celle des heures de grande écoute. Il est important qu'il y ait à Radio–Canada un secteur rentable qui apporte des profits qui puissent être réinvestis dans le service aux Canadiens. La grille horaire de la journée en est essentiellement une de service. C'est très important. C'est un argument de plus pour maintenir la production à l'interne de Radio–Canada.

Mme Tremblay: Si on fermait le service de production interne, pour que l'industrie privée survive, faudrait–il prendre les mêmes sommes et les investir à Téléfilm?

M. Ladouceur: Sûrement et peut–être plus.

Mme Tremblay: Autrement, l'entreprise ne survivrait pas, ni au Canada anglais ni au Canada français.

Le président: Au nom du Comité, je vous remercie pour ces interventions très intéressantes qui nous aident beaucoup dans des perspectives différentes.

La séance est levée.

Ms Magnan: With the CBC, the Canadian taxpayer is sure that his money is used for him and comes back to him in the form of television and radio productions. In the case of a private company, however, the money goes to the shareholders. That is what you see in the year–end financial statements.

Mr. Jean–Marie Ladouceur (Vice President, Société des auteurs, recherchistes, documentalistes et compositeurs): To the extent that internal productions broadcast during prime time generate profits for the CBC, the Corporation will be able to fill its time slots during the rest of the day. That is undeniable. Our president pointed out the fact that a drop in the funding available to the CBC would without a doubt have repercussions on the quality of the CBC's programming in all time slots, including prime time broadcasts. It is important that the CBC have a profitable sector that generates profits which can be reinvested in service to Canadians. Basically, the day's scheduling is focused on service. That is very important and it is one more argument to maintain the CBC's internal production.

Mrs. Tremblay: If the internal production service were shut down, would we have to invest the same sums in Téléfilm to guarantee the survival of private industry?

Mr. Ladouceur: Certainly, and perhaps even more.

Mrs. Tremblay: Otherwise, that industry would not survive, neither in English Canada nor in French Canada.

The Chairman: On behalf of the Committee, I thank you for these very interesting observations which help us a great deal in various ways, with our different perspectives.

The meeting stands adjourned.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid / Port payé
Lettermail / Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From "l'Association des réalisateurs (radio)":

Jean–Pierre Saulnier, President;

Odile Magnan, Member of the Executive.

From "la Société des auteurs, recherchistes, documentalistes et compositeurs (SARDEC)":

Louise Pelletier, President;

Yves Légaré, Executive Director;

Jean–Marie Ladouceur, Vice–President.

TÉMOINS

De l'Association des réalisateurs (radio):

Jean–Pierre Saulnier, Président;

Odile Magnan, Membre de l'exécutif.

De la Société des auteurs, recherchistes, documentalistes et compositeurs (SARDEC):

Louise Pelletier, Présidente;

Yves Légaré, Directeur général;

Jean–Marie Ladouceur, Vice–président.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

CA1
XC 68
-C13

Government Publications

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 47

Tuesday, November 22, 1994

Chair: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 47

Le mardi 22 novembre 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of the Canadian Broadcasting Corporation

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la Société Radio–Canada

---

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

LIBRARY
JAN 9 1995
University of Toronto

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chair: John Godfrey

Vice–Chairs: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Associate Members

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidents: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary–Sud–Est)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Membres associés

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

TUESDAY, NOVEMBER 22, 1994
(54)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 9:09 o'clock a.m. this day, in Room 209, West Block, the Chair, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Bonnie Brown, Jan Brown, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Tony Ianno, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Associate Member present: Simon de Jong.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: Individual presentation: Kenneth J. Goldstein, President, Communications Management Inc. *Individual presentation:* Pierre Juneau.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee resumed its study of the Canadian Broadcasting Corporation (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Thursday, September 22, 1994, Issue No. 26*).

Kenneth J. Goldstein from Communications Management Inc. made an opening statement and answered questions.

At 9:50 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 9:59 o'clock a.m., the sitting resumed.

Pierre Juneau made an opening statement, and answered questions.

At 11:00 o'clock a.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE MARDI 22 NOVEMBRE 1994
(54)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 9 h 09, dans la salle 209 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Bonnie Brown, Jan Brown, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Tony Ianno, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Membre associé présent: Simon de Jong.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: À titre personnel: Kenneth J. Goldstein, président, Communications Management Inc. *À titre personnel:* Pierre Juneau.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité poursuit son étude de la Société Radio–Canada (*Voir les Procès–verbaux et témoignages du jeudi 22 septembre 1994, fascicule nº 26*).

Kenneth J. Goldstein, de Communications Management Inc., fait un exposé et répond aux questions.

À 9 h 50, la séance est suspendue.

À 9 h 59, la séance reprend.

Pierre Juneau fait un exposé et répond aux questions.

À 11 heures, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Tuesday, November 22, 1994

• 0908

The Chair: I call this meeting to order. Today we have two visitors. The first is Dr. Ken Goldstein from Communications Management Inc. He is, as you will recall, the author of *The Changing Economic Structure of the Canadian Audio/Video Industry: Implications for Public Policy*, a report that came out in September 1994.

Welcome, sir.

Mr. Ken Goldstein (Individual Presentation): Thank you very much, Mr. Chairman, and members of the committee. I must, in the interest of modesty, decline the doctorate.

The Chair: Oh, dear! Sorry. You deserve one.

• 0910

Mr. Goldstein: Well, thank you, thank you. My mother will be happy to hear that.

Thank you first of all for inviting me to appear here this morning. I believe you have all received copies of our report. While the report was prepared at the request of the CBC and of the Department of Canadian Heritage, the analysis and opinions in the report are those of the author, as are these opening remarks, and I will try to keep these opening remarks as brief as possible.

In the news release issued by Minister Dupuy on August 26, he expressed the hope the review by this committee would "lead to a stronger Canadian presence on our airwaves and a positive force for cultural expression".

Let us take that as our starting point. As indicated in our report, the entire Canadian audio–video industry is undergoing profound changes in the way consumers pay for audio–visual products and services.

In relative terms in the television and video part of the industry in particular, and this is important, we have seen a massive shift from indirect sources of revenue, and by that I mean advertising and tax–based appropriations, to direct sources of revenue, subscriptions, rentals and purchases.

The problem and the dilemma facing you on this committee are that the components that have consistently provided the great majority of the Canadian content on our airwaves are the ones that are sustained by the indirect revenue sources, which are now growing more slowly, while the direct sources of revenue are growing more rapidly.

The first thing you have to decide is whether or not you agree with the minister that there should be a stronger Canadian presence on our airwaves. And if you agree with that general statement, then you'll have to face up to the economic reality documented in our report.

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le mardi 22 novembre 1994

Le président: La séance est ouverte. Aujourd'hui, nous avons deux témoins. Le premier est le Dr Ken Goldstein, de Communications Management Inc. Vous vous rappellerez qu'il est l'auteur du rapport intitulé *Évolution de la structure économique de l'industrie canadienne de l'audiovisuel: Répercussions sur la politique publique*, publié en septembre 1994.

Bienvenue, monsieur.

M. Ken Goldstein (présentation individuelle): Merci infiniment, monsieur le président, membres du comité. En toute modestie, je dois vous dire que je n'ai pas de doctorat.

Le président: Oh, pardon! Pourtant, vous en méritez un.

M. Goldstein: Eh bien, merci. Ma mère sera ravie d'entendre cela.

Permettez–moi d'abord de vous remercier de m'avoir invité à comparaître ici ce matin. Je crois que vous avez tous reçu un exemplaire de notre rapport. Si le rapport en question a été préparé à la demande de la SRC et du ministère du Patrimoine canadien, l'analyse et les opinions qui y sont exposées n'engagent que leur auteur, comme c'est le cas aussi pour le présent exposé liminaire, que je tâcherai de faire aussi bref que possible.

Dans son communiqué de presse du 26 août dernier, le ministre Dupuy dit espérer que l'examen entrepris par votre comité puisse «mener à une présence canadienne plus forte sur nos ondes et permettre à la SRC de devenir un meilleur véhicule de l'expression culturelle».

Voilà qui servira de point de départ à mon exposé. Comme l'indique notre rapport, toute l'industrie canadienne de l'audiovisuel fait l'objet de profondes transformations en raison de la façon différente dont les consommateurs paient pour obtenir des services et des produits audiovisuels.

Par exemple, dans le secteur de la télévision et de la vidéo en particulier, nous sommes massivement passés de sources indirectes de revenu, c'est–à–dire la publicité et les crédits à incidence fiscale, à des sources directes de revenu, soit les abonnements, les locations et les achats.

Malheureusement—et c'est ce qui pose un dilemme à votre comité—les éléments sur lesquels repose depuis toujours l'essentiel des émissions à contenu canadien diffusées sur nos ondes sont justement ceux qui dépendent des sources indirectes de revenu. Or, celles–ci sont actuellement en déclin, alors que les sources directes de revenu, elles, progressent plus rapidement.

La première étape consiste donc pour vous à décider si vous souscrivez ou non aux vues exprimées par le ministre concernant l'existence d'une présence canadienne plus forte sur nos ondes. Si vous êtes d'accord avec cette affirmation générale, il vous faudra alors compenser avec la réalité économique décrite dans notre rapport.

[*Texte*]

As long as the economic engine for Canadian content is fuelled primarily by advertising and government appropriations, you might anticipate modest increases in spending on Canadian programs over the next decade, but likely not at the pace required to maintain the current relative position of Canadian content in the overall television and video system.

That brings us to your next difficult choice. Should you as a committee recommend a rebalancing of revenue sources and program responsibilities within the regulated component of the Canadian video system? For example, should you recommend the system of what is called compensation for carriage, so that conventional broadcasters, both private and the CBC, could receive a meaningful portion of the subscription fees Canadian consumers pay to the cable television industry every month?

If I were a cable operator I would say no. If I were a private broadcaster or the CBC, I would say yes. Each would be expressing its own economic interest, and none should be faulted for doing so. But this committee is here to represent the public interest, and you must weigh carefully this question of rebalancing revenues and responsibilities.

You will note I have not been very specific about an amount that might be involved in compensation for carriage, or whether the CBC should carry sports, or a whole list of items that have been raised before this committee.

The future of the CBC and of conventional broadcasting in Canada generally will not be determined by a decision on whether or not the CBC should carry sports, or by bickering over specifics between CTV and CBC. The future capacity of the two most powerful engines for Canadian content, the CBC and private conventional television, will be determined by how you as a committee answer the two fundamental questions posed at the outset of these remarks.

If you make the first decision that we should strengthen the Canadian presence on the airwaves, then you cannot avoid considering the second question. If you make the second decision that revenues and responsibilities should be rebalanced, then and only then is it time to get to the specifics.

To this point I have dealt mainly with economic issues. But the changing structure of the audio-visual industry—and this, by the way, is world-wide, not just Canada—raises some serious social and cultural issues as well. We have also outlined those issues in our report.

• 0915

Conventional mass-audience public and private television are important not only because of the Canadian content they contribute to the system but also because they represent a set of common cultural elements that help to link us as Canadians. It

[*Traduction*]

Si le maintien des facteurs économiques favorables à la production et à la diffusion d'émissions à contenu canadien repose principalement sur les revenus publicitaires et les crédits gouvernementaux, il faut s'attendre à ce que les dépenses consacrées à la programmation canadienne au cours de la prochaine décennie augmentent modestement, mais pas encore suffisamment pour maintenir la position relative actuelle des émissions à contenu canadien dans l'ensemble de l'industrie de la télévision et de la vidéo.

Cela nous amène à l'autre choix difficile que vous aurez à faire. Devriez-vous, à titre de comité, recommander un rééquilibrage des sources de revenu et des responsabilités en matière de programmation à l'intérieur du secteur réglementé de l'industrie canadienne de la vidéo? Par exemple, devriez-vous recommander la mise en oeuvre d'un système d'indemnisation en contrepartie de la diffusion, de façon que les télédiffuseurs conventionnels, tant ceux du secteur privé que la SRC, aient droit à une généreuse part des frais d'abonnement que les consommateurs canadiens versent à l'industrie de la télédistribution chaque mois?

Si j'étais un télédistributeur, je ne serais pas d'accord avec cette idée. Par contre, si j'étais un télédiffuseur privé ou la SRC, j'y serais très ouvert. Chacun défend ses propres intérêts, et personne ne peut leur reprocher de le faire. Toutefois, votre comité a d'abord pour mission de défendre l'intérêt du public. Il vous faut donc évaluer soigneusement cette question du rééquilibrage du revenu et des responsabilités.

Vous remarquerez que jusqu'ici je ne me suis guère prononcé sur le montant de l'indemnisation à prévoir en contrepartie de la distribution, sur l'acceptabilité ou non de permettre la diffusion de manifestations sportives à la SRC ou sur quantité d'autres questions déjà soulevées devant le comité.

L'avenir de la SRC et de l'ensemble de l'industrie télévisuelle conventionnelle au Canada dépasse les considérations relatives au bien-fondé de permettre à la SRC de retransmettre des manifestations sportives et les chicanes de clocher entre la CTV et la SRC. La capacité future des deux plus importants diffuseurs d'émissions à contenu canadien—la SRC et la télévision privée conventionnelle—dépendra de la façon dont vous, en tant que comité, répondrez aux deux questions cruciales posées au début de mon exposé.

Si vous penchez en faveur de la première solution—c'est-à-dire favoriser une présence canadienne plus forte sur nos ondes—vous ne pourrez alors éviter de vous prononcer sur la deuxième question. Si vous optez pour le rééquilibrage des recettes et des responsabilités, alors—et alors seulement—il sera temps d'en examiner les modalités précises.

Jusqu'ici je me suis surtout attardé aux aspects économiques. Toutefois, l'évolution de la structure de l'industrie audiovisuelle—et, à propos, cela se passe dans le monde entier, et pas seulement au Canada—soulève aussi de graves enjeux sociaux et culturels, dont nous avons aussi traité dans notre rapport.

La télévision conventionnelle destinée au grand public, tant publique que privée, est non seulement importante pour le contenu canadien qu'elle contribue à diffuser, mais aussi parce qu'elle représente un ensemble d'éléments culturels communs

[*Text*]

might be argued that future waves of Canadian specialty services will take up the slack in the production of Canadian content. But even if that were so, the result would be a reduction in the relative weight of general Canadian content and an increase in the relative weight of Canadian content that is much more narrowly focused.

That is not meant to be a criticism of specialty services. They are supposed to be more narrowly focused. But surely we are more than simply the sum of our specialized interests, and surely we should ensure that the broadly based Canadian broadcast services still have the resources to maintain a general Canadian voice within an increasingly fragmented system.

So we can see this is a time of fundamental structural economic change in the audio–visual industry around the world, with implications that are both economic and cultural. Our report has provided a picture of just how fundamental those changes have already been in Canada and how the industry will continue to change in the future. I hope this committee will give serious consideration to those fundamental structural issues as it shapes its recommendations.

The Chair: Thank you, Mr. Goldstein.

Nous avons deux invités aujourd'hui. On pourrait peut–être se limiter à sept minutes. Madame Gagnon.

Mme Gagnon (Québec): Vous dites qu'entre 1978 et 1993 il y a eu une augmentation des paiements directs qui sont passés de 1,4 milliard de dollars à 7,4 milliards de dollars. Lorsque vous dites que la SRC et les télédiffuseurs publics devraient avoir accès à des revenus tirés de paiements directs, avez–vous tenu compte de la capacité de paiement des gens?

Est–ce que c'est une augmentation des coûts ou une augmentation du public?

Mr. Goldstein: Every dollar that goes into this system, whether it comes from advertising or government appropriations or subscriptions or rentals or purchases, ultimately comes from the consumer. That is made very clear in our report. The notion that there's such a thing as free television and paid television is a convenience but not really accurate. We all pay for everything as consumers.

The fact is, there has been a willingness on the part of the consumer to pay when the consumer perceives value is being received. That is evinced by the fact that if you look at it on an expenditure basis, in 1978 both advertising and the direct–payment component stood at approximately $500 million. By 1993 the advertising component, which is an indirect–payment method, had gone from $500 million to $2 billion, and the direct–payment, or subscriptions and rentals and movie admissions, although movie admissions are a relatively small part, had grown from $500 million to $4 billion.

So the numbers themselves are telling you there is a willingness on the part of the consumer to pay when value is perceived.

[*Translation*]

dans lesquels nous pouvons nous reconnaître en tant que Canadiens. D'aucuns pourraient faire valoir que les futures vagues de services spécialisés canadiens relanceront la production d'émissions à contenu canadien. Toutefois, même si cela devait effectivement être le cas, nous assisterions à une réduction du poids relatif des émissions à contenu canadien en général et à une augmentation du poids relatif des émissions à contenu canadien dont la portée est beaucoup plus restreinte.

Mon commentaire n'est pas une critique à l'endroit des services spécialisés, puisque, par définition, leur portée est censée être plus restreinte. Il ne fait pas de doute cependant que nous représentons plus que la simple somme de nos intérêts spécialisés. Il nous incombe donc de faire en sorte que les services canadiens de télédiffusion à grande échelle continuent d'avoir les ressources nécessaires pour maintenir une présence canadienne générale dans une industrie de plus en plus fragmentée.

Comme vous pouvez le constater, l'industrie audiovisuelle est, partout dans le monde, en pleine mutation économique et structurelle, avec toutes les conséquences économiques et culturelles que cela suppose. Notre rapport donne une idée de l'ampleur déjà prise par ces changements au Canada et de la façon dont l'industrie continuera à évoluer dans l'avenir. J'espère que votre comité prendra en considération ces enjeux structurels fondamentaux au moment de formuler ses recommandations.

Le président: Merci, monsieur Goldstein.

We have two guests today. We should perhaps limit ourselves to seven minutes. Mrs. Gagnon.

Mrs. Gagnon (Québec): You say that between 1978 and 1993 direct payments have increased from $1.4 billion to $7.4 billion. When you say that the CBC and the public broadcasters should have access to revenues obtained through direct payments, have you taken into consideration peoples' capacity to pay?

Is that an increase in costs or an increase in public?

M. Goldstein: Chaque dollar injecté dans le système, qu'il provienne de la publicité, des crédits parlementaires, des abonnements, des locations ou des achats, vient finalement du consommateur. Nous le disons très clairement dans notre rapport. L'idée qu'il y a une télévision gratuite et une télévision payante est commode, mais pas vraiment exacte. En tant que consommateurs, nous payons pour tout.

Le fait est que le consommateur a montré qu'il était prêt à payer s'il a l'impression de recevoir un service de qualité. À preuve, si vous regardez les dépenses, vous verrez qu'en 1978 les postes publicité et paiement direct s'élevaient tous les deux à environ 500 millions de dollars. En 1993, l'élément publicité, qui est un paiement indirect, était passé de 500 millions de dollars à 2 milliards de dollars, et les paiements directs, soit les abonnements, les locations et les prix d'admission dans les cinémas, quoique ces derniers ne représentent qu'une part relativement faible, avaient augmenté de 500 millions de dollars à 4 milliards de dollars.

Alors les chiffres eux–mêmes vous montrent que le consommateur est prêt à payer lorsqu'il a l'impression de recevoir un produit de qualité.

[*Texte*]

Mme Gagnon: Est–ce que vous croyez que la télévision privée a autant besoin de cette source de revenus que la SRC?

Mr. Goldstein: I believe that's something the committee very much wants to consider, but yes, I would say one should consider the private broadcasters and the CBC as part of the conventional mass–audience television system. One should say, if we expect these instruments of public policy to continue to produce the content we want... After all, we have to remember that all the rules we have made over the years are designed to modify the effect of an unfettered marketplace.

I would be quite happy if one wanted to say let's just let the marketplace roll here, but then you would close the CRTC and you would close everything. Fine; then we would just have a system the marketplace dictated. But to the extent that we have decided as a society we want to modify the effect of the marketplace, then we have to do that in a way that is meaningful. If you expect private broadcasters to continue to produce the levels of Canadian content they're producing today, you have to give them the resources to do so. That is obviously equally true for the CBC.

• 0920

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Mr. Goldstein, I read in your background information—following up on the question previously asked by my colleague—you're recognized as a leading authority on media economics, media trends and the impact of telecommunications on regional economic development.

I've asked this question before and it does concern the free market. Why can't we let the free market determine what Canadians will watch on their televisions? Why in a 500–plus channel universe do we have to have a CRTC? Why do we have to have that kind of over–regulation? I'm going to really swing way to the other end of the spectrum on this.

I would like to hear some analysis from you regarding that kind of open, free–market environment where people can choose. I can't say I would necessarily sustain the notion of a private broadcast tax to provide the CBC with more money when it already has a $1 billion–plus budget. I would like you to look at the question of a free market.

Mr. Goldstein: Do you want the two–hour answer or the top–of–the–news headline answer?

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I'd like your version, especially when you said in your closing comments something about modifying the effect of the marketplace. Who has determined that? I didn't catch your comment.

Mr. Goldstein: Let me try to answer a number of elements of your question. Canadians, through their Parliament, their regulators, have since 1929 determined they want to modify the effects of the marketplace. Go back to the Aird royal commission in 1929; successive broadcasting acts; the original establishment of the CBC; the CRTC; the fact that Canadian broadcasters are required to have 50% Canadian content in prime time and 60% overall; how certain percentages of

[*Traduction*]

Mrs. Gagnon: Do you believe that private television needs this source of income as much as the CBC?

M. Goldstein: Je crois que c'est une chose sur laquelle votre comité devrait se pencher, mais, effectivement, je dirais que les télévisions privées et la SRC font partie du système de télévision de masse traditionnel. Il faut dire, si nous voulons que ces instruments de la politique publique continuent à produire le contenu que nous souhaitons... Après tout, nous devons nous rappeler que toutes les règles que nous avons établies au fil des années visaient à modifier l'effet d'un marché sans entraves.

Je ne serais pas mécontent si on décidait de laisser les forces du marché libres d'agir, mais il faudrait alors abolir le CRTC et tout le reste. Très bien. Nous aurions alors un système déterminé par le marché. Mais dans la mesure où nous avons décidé, en tant que société, que nous voulions modifier l'effet du marché, nous devons le faire de façon efficace. Si vous voulez que les diffuseurs privés continuent à produire les mêmes niveaux de contenu canadien qu'aujourd'hui vous devez leur en donner les ressources nécessaires. Évidemment, cela vaut aussi pour la SRC.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Monsieur Goldstein, j'ai lu dans les renseignements généraux à votre sujet—à la suite des questions déjà posées par ma collègue—que vous êtes considéré comme une autorité en matière d'économie des médias et de tendances médiatiques ainsi qu'en ce qui a trait à l'incidence des télécommunications sur le développement économique régional.

Ma question—que j'ai déjà posée à d'autres témoins—concerne le libre marché. Pourquoi ne pouvons–nous pas permettre que le libre jeu du marché détermine ce que les Canadiens regarderont à la télévision? Dans un univers de 500 chaînes et plus avons–nous vraiment besoin du CRTC? Avons–nous vraiment besoin d'une telle surréglementation? Ma position est diamétralement opposée.

J'aimerais entendre votre analyse d'un système axé sur un marché libre et ouvert où les gens seraient libres de choisir. Je ne peux pas dire que j'appuierais nécessairement l'idée d'un impôt sur les diffuseurs privés, dont les recettes fourniraient à la SRC des ressources supplémentaires alors qu'elle a déjà un budget de plus d'un milliard de dollars. J'aimerais que vous examiniez la question de marché libre.

M. Goldstein: Voulez–vous un exposé de deux heures ou seulement les grands titres comme au début d'un journal télévisé?

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): J'aimerais avoir votre version, d'autant plus qu'à la fin de votre dernière réponse vous avez parlé de modifier l'effet du marché. Qui a déterminé cela? Je n'ai pas saisi ce que vous disiez.

M. Goldstein: Je vais essayer de répondre à certains éléments de votre question. Les Canadiens, par l'entremise de leur Parlement, de leurs organismes de réglementation, ont déterminé, dès 1929, qu'ils voulaient modifier les effets du marché. La preuve: la Commission royale d'enquête Aird en 1929; les lois successives sur la radiodiffusion; la création de la SRC; le CRTC; le fait que les diffuseurs canadiens sont tenus de présenter 50 p. 100 de contenu canadien aux heures de

[*Text*]

advertising revenue are spent; the fact that the CBC is publicly funded—they are all efforts to modify the effect of the marketplace.

The marketplace is really a very simple mechanism at the consumer level and it's really a very simple mechanism at the broadcaster level. There is a problem at the broadcaster level if it is left totally unfettered. You can buy an hour of American television for perhaps one-tenth of its actual cost, perhaps less. So if they spend $1 million per hour to produce that show, you can buy it for $50,000 in Canada or $100,000; it varies from program to program. The system doesn't produce enough revenue to produce a matching Canadian program. That's the problem, in a nutshell.

If you left the marketplace totally unfettered, it would be perfectly logical and acceptable, and no one could be faulted for simply importing American programming and producing a little bit of Canadian news. If there were some resources, I think the Canadian broadcaster would like to produce Canadian content, but the marketplace would keep one hand tied behind its back.

We've created a regulatory system—which I chafe at on occasion, just as I'm sure you do—that tries to modify the effects of the marketplace. It's not perfect, and this committee is trying to see where that should go in the future. On one level, that's the kind of input economics the industry is facing as it looks at what it should put on the air today, what it should put on the cable channel.

That gets worse as you get into the 500-channel universe. It gets worse because the smaller and smaller the audience share becomes that each of those specialized channels gets, the more and more geography has to be accumulated to make it a viable business. You can't have a 1% market share as a viable business in Toronto. You may be able to have a 1% market share as a viable business in Canada if you have subscription revenues as well as advertising, but ideally it should be on a North American or even a world basis.

• 0925

So now, all of a sudden, we're starting to move into a world in which everything comes from somewhere else and everything gets homogenized. You can't totally override that. What you can try to do is to help the Canadian players to be players on that world stage so at least Canadian values will then form some of that world product.

You also have to do this, though. In the final analysis, when you say to let the consumer choose, consumer choice isn't all that meaningful if it's all determined somewhere else. Consumer choice is really only meaningful if you have options.

[*Translation*]

grande écoute et 60 p. 100 sur l'ensemble de la grille; la façon dont certains pourcentages de recettes publicitaires sont utilisés; le fait que la SRC est financée publiquement. Toutes ces mesures visent à modifier l'effet du marché.

En fait, le marché est un mécanisme très simple au niveau du consommateur, et c'est aussi un mécanisme très simple au niveau du diffuseur. Cependant, si on le laisse totalement libre, il pose des problèmes au niveau du diffuseur. Celui-ci peut acheter une heure d'émissions américaines pour environ le dixième du coût réelle de production, peut-être même moins. Si les Américains dépensent un million de dollars par heure pour produire une émission, les diffuseurs canadiens peuvent l'acheter pour 50 000$ ou 100 000$, selon les émissions. Le système ne génère pas suffisamment de revenu pour que les diffuseurs canadiens puissent produire une émission canadienne équivalente. Voilà le problème en quelques mots.

Si vous laissiez le marché totalement libre, ce qui serait parfaitement logique et acceptable, il ne faudrait pas alors que vous reprochiez aux diffuseurs canadiens d'importer simplement des émissions américaines et de produire un peu d'émissions d'information canadiennes. Je pense que des diffuseurs canadiens aimeraient produire des émissions canadiennes, à la condition d'en avoir les ressources, mais s'ils dépendaient du marché ils auraient une main liée derrière le dos.

Nous avons créé un système de réglementation—qui m'irrite parfois, tout comme vous sans doute—qui essaie de modifier les effets du marché. Il n'est pas parfait, et votre comité essaie de déterminer quelle orientation il faudrait lui donner à l'avenir. Voilà le genre de facteurs économiques dont l'industrie doit tenir compte lorsqu'elle tente de déterminer ce qu'elle doit diffuser aujourd'hui, ce qu'elle doit présenter sur les réseaux câblés.

La situation s'aggrave dans un univers de 500 chaînes. Elle s'aggrave parce que plus la part d'auditoire de chacune de ces chaînes spécialisées devient petite, plus elles doivent servir un plus large territoire pour rester viables. Une chaîne ne peut survivre si elle rejoint seulement 1 p. 100 du marché de Toronto. Elle peut peut-être survivre si elle a 1 p. 100 du marché canadien, à la condition d'avoir des revenus d'abonnement en plus de revenus publicitaires, mais l'idéal, c'est d'avoir une part du marché nord-américain, ou même mondial.

Et maintenant, tout à coup, nous nous acheminons vers un système où tout provient d'ailleurs et où tout est homogène. Nous ne pouvons pas échapper à cela entièrement. Ce que nous pouvons essayer de faire, c'est aider les Canadiens à jouer un rôle sur la scène mondiale afin que les valeurs canadiennes soient au moins représentées dans cette production mondiale.

Mais vous devez également faire ceci. En dernière analyse, lorsque vous dites que le consommateur doit être libre de choisir, ce choix n'a aucune valeur si tout est déterminé ailleurs. Le consommateur n'aura vraiment de choix que dans la mesure où il aura des options.

[*Texte*]

One of the things we've decided to do as a society, and that you as a parliamentary committee can say we should or shouldn't continue to do, is to have a CBC. It's not because all of us will watch it all the time, but because we want it there at the time we want to watch it.

It's the same thing for the private broadcasters. One of the reasons why we have a Global and a CTV and the other stations across Canada is not because we will watch them all the time, but because we have to have that choice. If you close the choice, you won't be able to reopen it.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Mr. Goldstein, it seems to me that the CRTC, as a regulator, is making this consumer choice. It's determining what we as consumers will have access to.

Mr. Goldstein: Absolutely.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): As for the 500–channel universe, I find that absolutely ludicrous. That's a presumptuous and pompous position for the CRTC to take.

Mr. Goldstein: I have had occasion to disagree with the CRTC and I have had occasion to agree with the CRTC. The CRTC is following the law of the land. If this committee wants to recommend a change in the law of the land, then this committee presumably has the power to do so.

I think we are going to move toward a more à la carte system. I would agree that it seems a little unfair on the surface. Why do I have to take channel A if I really only want channel B? That's a perfectly legitimate question. However, given the economics of the industry, it actually works out cheaper to take them both. So you make some trade–offs. This is outlined in the report.

The fact is, you know you have a certain market for a channel and you can price it at a certain level. If I pay three dollars a month for eight channels and I really only want three, I'm probably no further behind than if I bought one for three and didn't get the other seven.

That's the kind of balancing act you're always trying to do in this business. If you want me to tell you it's perfect, I won't. If you want me to tell you we haven't done so badly so far, I will. But if you want me to tell you we have to pay a lot of attention to these fundamental economic trends in the future, I will do that for sure.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Okay. Well, it still seems to me as though we have a big elephant in an elevator. We're trying to turn it around; we're having a lot of difficulty doing that. We've heard these arguments for almost two months now, and I still don't feel as though I'm any closer to an understanding of why there is resistance to having the market determine what consumers really do want to watch. I would hope they would still want to have Canadian content on their airwaves.

[*Traduction*]

L'une des choses que nous avons décidées en tant que société a été de créer la SRC, et vous, comme membres d'un comité parlementaire, vous pouvez maintenant dire si nous devons ou non la maintenir. Ce n'est pas parce que nous regardons la SRC tout le temps, mais parce que nous voulons qu'elle soit là lorsque nous avons envie de la regarder.

La même chose est vraie pour les diffuseurs privés. Global, CTV et les autres stations dans tout le Canada existent non pas parce que nous voulons les regarder tout le temps, mais parce que nous voulons avoir ce choix. Si vous éliminez le choix, vous ne pourrez pas le rétablir.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Monsieur Goldstein, il me semble que le CRTC, l'organisme de réglementation, fait ce choix à la place du consommateur. C'est le CRTC qui détermine à quoi les consommateurs auront accès.

M. Goldstein: Absolument.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Et dans un univers de 500 chaînes, je trouve cela absolument ridicule. C'est présomptueux et pompeux de la part du CRTC.

M. Goldstein: Il m'arrive de ne pas être d'accord avec le CRTC, comme il m'arrive d'être d'accord avec lui. Le CRTC applique la loi du pays. Si vous voulez recommander que la loi du pays soit modifiée, je suppose que vous avez le pouvoir de le faire.

Je pense que nous évoluons vers un système à la carte. J'admets qu'à première vue il peut sembler un peu injuste. Pourquoi dois–je recevoir la chaîne A si je veux seulement la chaîne B? C'est une question parfaitement légitime. Toutefois, étant donné la réalité économique de l'industrie, il est en fait moins cher de recevoir les deux chaînes. Il faut donc faire des compromis. Nous traitons cette question dans le rapport.

Le fait est que le diffuseur sait qu'il existe un certain marché pour une chaîne donnée et qu'il peut établir le prix à un certain niveau. Si je paie 3$ par mois pour recevoir huit chaînes et qu'en réalité j'en veux seulement trois, cela ne me coûte probablement pas plus cher que si je payais 3$ pour une chaîne et que je ne recevais pas les sept autres.

C'est ce genre d'équilibre qu'essaie constamment d'atteindre cette industrie. Si vous voulez que je vous dise que c'est parfait, je ne le dirai pas. Si vous voulez que je vous dise que nous nous en sommes tirés pas trop mal jusqu'à présent, je le dirai. Mais si vous voulez que je vous dise qu'il faudra à l'avenir surveiller de très près ces tendances économiques fondamentales, je le ferai sans hésiter.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Très bien. Il me semble que nous sommes pris avec un éléphant dans un ascenseur. Nous essayons de le retourner, mais c'est très difficile. Nous entendons ces arguments depuis près de deux mois maintenant, et je n'ai toujours pas l'impression de mieux comprendre pourquoi certains résistent à l'idée que le marché détermine ce que les consommateurs veulent vraiment voir. J'ose espérer qu'ils voudront toujours qu'il y ait un contenu canadien sur les ondes.

[*Text*]

Mr. Goldstein: Let me ask you a question. We're dealing with public policy here. We're dealing with the use of airwaves, which are deemed historically to be a public resource. As a matter of fact, the speech by R. B. Bennett in the House of Commons for the creation of the forerunner of the CBC is probably a classic exposition of the philosophy of a Conservative prime minister on the use of public resources.

But let me turn that around. I wonder if you would extend your argument about choice to the way we run government generally. There are a number of things the Government of Canada does with my tax dollars that I would like to opt out of.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Do you know who are you talking to here? This is Jan Brown, the MP for Calgary Southeast. I'm a westerner.

Mr. Goldstein: So am I.

If you are saying that public–policy laws passed by the government should have opt–in and opt–out features, then that's your position. However, don't limit it just to the CBC.

The Chair: I think you're safe in that assumption.

Perhaps I might ask a couple of questions at this point, Mr. Goldstein. I noticed you're rather careful both in your remarks to us today and your report about actually advocating a solution, but I would say you're tilting the ground in a fairly strong manner.

• 0930

Let me try something on you. Does the difficulty have to do with the whole mythology of free television? Not only do the economic trends mean that less and less television is free directly or indirectly but also there are more and more effective ways of getting the signal out than through direct over–the–air broadcast.

Would it be inconceivable or unhelpful to think of a broadcasting regime where we said television is in fact not free, no more than telephones are, but the trade–off is that for a fee we will give you access to a much greater set of signals and will control those signals and make sure they are paid for in a way that supports in a growing fashion public broadcasting, such as the CBC, so that we're not stuck with revenue streams, which we know aren't growing, that is to say, advertising and tax dollars? What would be wrong with moving toward a regime where we said eventually everyone will get their signal either by cable, direct home satellite, or telephone, if they increase the capacity, any more than it is in Britain, where there is no free television and everybody pays a licence fee?

What's the difference conceptually or from the point of view of equity or any other point of view between the British system that says we're going to directly charge you a licence fee for that and a Canadian system that would have the same effect because you would have to get your signal by cable, satellite, or telephone?

[*Translation*]

M. Goldstein: Permettez–moi de vous poser une question. Nous parlons d'une politique d'intérêt public. Nous parlons de l'utilisation des ondes, qui ont toujours été considérées comme étant une ressource publique. En fait, le discours de R.B. Bennett à la Chambre des communes en faveur de la création du prédécesseur de la SRC est probablement un exposé classique de la philosophie d'un premier ministre conservateur en ce qui concerne l'utilisation des ressources publiques.

Je vous renvoie la question. Je me demande si vous accepteriez d'appliquer votre argument au sujet du choix au fonctionnement du gouvernement en général. Il y a un certain nombre de choses que le gouvernement du Canada fait avec l'argent de mes impôts que je préférerais ne pas financer.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Savez–vous à qui vous parlez? Je suis Jan Brown, député de Calgary–Sud–Est. Je viens de l'Ouest.

M. Goldstein: Moi aussi.

Si vous dites que les lois d'intérêt public que le gouvernement adopte doivent avoir des dispositions d'adhésion et de retrait, c'est votre position. Toutefois, ne vous limitez pas seulement à la SRC.

Le président: Je pense que vous n'avez pas lieu de vous inquiéter.

J'aimerais à mon tour vous poser quelques questions, monsieur Goldstein. J'ai remarqué que vous êtes très prudent à la fois dans vos propos aujourd'hui et dans votre rapport et que vous ne préconisez pas vraiment une solution. Toutefois, je dirais que vous penchez sérieusement dans un sens.

Je vais lancer une idée pour voir ce que vous en pensez. La difficulté ne vient–elle pas du mythe de la télévision gratuite? Non seulement les tendances économiques font que la télévision est directement ou indirectement de moins en moins gratuite, mais en plus il y a d'autres moyens de plus en plus efficaces pour transmettre des signaux à part la radiodiffusion hertzienne.

Serait–il inconcevable ou inutile de songer à un régime où la télévision ne serait pas gratuite, pas plus que ne le sont les services téléphoniques, mais où les consommateurs paieraient pour avoir accès à un bien plus grand nombre de signaux. Ces signaux seraient contrôlés, et nous veillerions à ce que les revenus générés de la sorte servent à financer la télévision publique, comme la SRC, afin que celle–ci n'ait pas à dépendre de sources de revenus qui, comme nous le savons, n'augmentent pas, c'est–à–dire la publicité et l'argent des contribuables. Quel mal y aurait–il à s'orienter vers un régime où tout le monde recevrait leurs signaux soit par câble, soit par satellite de diffusion directe, soit par téléphone, à la condition d'en augmenter la capacité? Pourquoi serait–ce moins acceptable qu'en Grande–Bretagne, où la télévision n'est pas gratuite et où tout le monde verse des droits de permis?

Sur le plan conceptuel, ou du point de vue de l'équité ou de n'importe quel autre facteur, quelle différence y aurait–il entre le système britannique, qui impose directement des droits de permis, et un système canadien qui aurait le même effet, puisque le signal serait nécessairement transmis par câble, par satellite ou par téléphone?

[*Texte*]

Mr. Goldstein: Another two–hour answer—but I'll give you the headline version.

First of all, in Britain the BBC is financed by the licence fee, but there are also advertising–supported channels. I would not rule out over–the–air broadcasting as one of the means of delivery. Keep in mind that as everything becomes digital, that will mean increased capacity in the conventional over–the–air broadcasting systems, too. There may be a number of people for whom the cheapest capital investment is not a satellite dish or monthly cable but simply a digital–to–analog reconverter for their existing set.

So I wouldn't rule out over–the–air broadcasting quite yet. As a matter of fact, I wouldn't rule out any system quite yet. I think we have to get beyond the system, and I think that's where you were heading.

To pick up on the previous question and to answer your question, I would like to see it much more open. If you untie the one hand behind the back of the Canadian players by rebalancing the revenue sources, you probably would then have the ability to make it more open and a little bit less regulated because you will have given them a better chance to compete on that playing field. So I would come at it that way. I wouldn't say you have to be all one or all the other. I think the way you make it more open, the way you make it more à la carte, is to make sure the voices we want heard have the resources to speak well.

The Chair: But that would imply, for example, in this question of compensation for carriage that we would say the cable companies, which are doing very well, should no longer get a free ride on Canadian signals and paradoxically be forced to pay some $50 million a year for the American signals. Whether it's simple justice, common sense or anything else, why on earth shouldn't cable companies pay for Canadian signals when they're paying for American signals? Would that represent a significant source of money on a similar basis?

Mr. Goldstein: Ultimately, it could represent a significant source of money, and I think the fairness issue is one that has to come in there.

We have a system. Let's not arbitrarily say the specialty services are here, the conventional broadcasters are here, the CBC is here, and the private is there. It's television. It comes into your set. The average viewer does not care whether he or she gets it by satellite or by somebody driving up in a truck and handing them a video. That's irrelevant.

[*Traduction*]

M. Goldstein: Il me faudrait deux heures pour répondre à cette question—mais encore une fois je vais vous donner la version abrégée.

Tout d'abord, la BBC, en Grande–Bretagne, est financée au moyen des droits de permis, mais il y a également des chaînes financées par des recettes publicitaires. Je ne suis pas prêt à dire que la radiodiffusion hertzienne est appelée à disparaître. N'oubliez pas que la numérisation de tous les systèmes aura pour effet d'accroître également la capacité des systèmes de radiodiffusion hertzienne traditionnels. Il y aura peut–être un certain nombre de personnes pour qui l'investissement le moins cher ne sera pas une antenne parabolique ni un abonnement mensuel au câble, mais simplement un dispositif qu'ils adapteront à leur appareil afin de reconvertir le signal numérique en signal analogique.

Je ne suis donc pas encore prêt à sonner le glas de la radiodiffusion hertzienne. En fait, je ne suis pas encore prêt à écarter quelque système que ce soit. Je pense que nous devons aller au–delà du système, et je pense que c'est dans cette direction que vous vous orientez.

Pour enchaîner sur la question précédente et pour répondre à la vôtre, j'aimerais que le système soit beaucoup plus ouvert. Si vous redonniez aux Canadiens leur marge de manoeuvre en rééquilibrant les sources de revenus, vous seriez probablement alors en mesure de rendre le système beaucoup plus libre et un peu moins réglementé, puisque les règles du jeu seraient alors égales pour tous et que les diffuseurs canadiens seraient mieux placés pour faire face à la concurrence. C'est la méthode que j'adopterais. Mais je ne pense pas qu'il faille aller à un extrême ou à l'autre. Je pense que vous pouvez rendre le système plus ouvert, un peu plus à la carte, en veillant à ce que les voix que nous voulons entendre aient les ressources nécessaires pour bien s'exprimer.

Le président: Mais cela supposerait, par exemple, en ce qui concerne l'indemnisation en contrepartie de la distribution, que les câblodistributeurs, dont les affaires marchent très bien, ne puissent plus obtenir gratuitement les signaux canadiens alors qu'eux, paradoxalement, ils sont obligés de payer environ 50 millions de dollars par année pour transmettre les signaux américains. Que ce soit une simple question de justice, de sens commun ou d'autre chose, pourquoi diable les câblodistributeurs obtiendraient–ils gratuitement les signaux canadiens alors qu'ils paient pour transmettre les signaux américains? Cela représenterait–il une importante source de revenus?

M. Goldstein: Au bout du compte, cela représenterait une importante source de revenus, et je pense qu'il s'agit également d'une question d'équité.

Nous avons un système. Ne disons pas arbitrairement que les services spécialisés sont dans un coin, les diffuseurs traditionnels dans un autre, la SRC ici et le secteur privé là. Tout ça, c'est la télévision. C'est ce que nous recevons chez nous. Peu importe au téléspectateur moyen de recevoir ces émissions par satellite ou que quelqu'un arrive chez lui en camion pour lui livrer une vidéocassette. Cela n'a aucune importance.

[*Text*]

This is what is relevant. If this committee and the Parliament of Canada as a matter of public policy say there should be our voices on this system, then how do you want to accomplish that? At the moment, some components in the system are paying a greater share of the cost of our voices than other components. If you want to rebalance, you have it in your power to make that recommendation.

• 0935

The Chair: It's curious that the CRTC—in your report on page 40—turned down the notion of dealing with compensation for carriage, declaring it to be a "copyright issue". Does that mean the decision–making authority eventually comes back to Parliament and to government to decide whether—

Mr. Goldstein: The decision–making authority in all cases comes back to Parliament. I shouldn't have to tell a group of MPs that.

The Chair: I just like to be reassured occasionally.

Some hon. members: Oh, oh.

Mr. Goldstein: If the necessity is to amend not only the Broadcasting Act but also the Copyright Act, you have it in your power to do so.

The Chair: Would we in fact have to amend the Copyright Act to achieve this result?

Mr. Goldstein: I'm not sure, to be perfectly honest with you. The CRTC knows I disagree with that particular decision of theirs. I don't know that it need be a copyright question. I think it can be a question of public policy.

Public policy has been made in a number of ways in other countries, and in this country, that edges into the copyright area. The whole question of—and I'm not speaking as a lawyer here, but as an economist—simultaneous substitution edges into the copyright area. This is a policy enacted by the CRTC to protect copyright. I think if public policy is what we're talking about, then everything is on the table.

The Chair: Thank you.

Madame Tremblay, est–ce que vous avez des questions ?

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Non.

Le président: Madame Gagnon.

Mme Gagnon: Dans différents pays, il y a d'autres façons d'aller chercher des recettes comme faire payer des redevances à chaque foyer. Les redevances sont de l'ordre de 150 à 250 $ par foyer pour les utilisateurs de la télévision. Est–ce que vous pensez que ce système serait pensable ici au Canada?

Mr. Goldstein: That's a difficult question. You're referring of course to the license fee paid in the United Kingdom, for example.

We of course had a license fee in Canada until 1952, which paid for CBC radio. That was allowed to lapse with the advent of the introduction of television in this country. I'm not sure that reinstating that at this point, without a mechanism to collect it and then having to establish a new mechanism, would be the easiest or most efficient way to go.

[*Translation*]

Voici ce qui est important. Si votre comité et le Parlement du Canada décident que dans l'intérêt public nous devons entendre nos voix dans ce système, comment allez–vous mettre en oeuvre cette politique? À l'heure actuelle, certains éléments du système sont mis à contribution plus que les autres. Vous êtes en mesure de recommander qu'on rétablisse un juste équilibre.

Le président: Il est curieux, comme vous le faites remarquer dans votre mémoire, à la page 45, que le CRTC ait rejeté l'idée d'indemniser les radiodiffuseurs pour la distribution des signaux, prétextant qu'il s'agissait d'une «question de droits d'auteur». Cela signifie–t–il que l'autorité responsable soumettra la question au Parlement et au gouvernement pour voir. . .

M. Goldstein: L'autorité responsable soumet la décision dans tous les cas au Parlement. Je ne devrais pas avoir à le dire à un groupe de députés.

Le président: J'aime simplement qu'on me rassure de temps à autre.

Des voix: Oh, oh.

M. Goldstein: S'il est nécessaire de modifier non seulement la Loi sur la radiodiffusion, mais aussi la Loi sur le droit d'auteur, vous êtes en mesure de le faire.

Le président: Faudrait–il vraiment modifier la Loi sur le droit d'auteur pour obtenir ce résultat?

M. Goldstein: Je dois admettre que je n'en suis pas sûr. Le CRTC sait que je désapprouve cette décision. À mon avis, c'est une question de politique publique.

Dans de nombreux pays, ainsi qu'au Canada, la politique publique dans ce domaine penche du côté des droits d'auteur. Toute la question—et je ne parle pas ici à titre d'avocat, mais à titre d'économiste—du remplacement simultané a trait aux droits d'auteur. C'est une politique qui a été adoptée par le CRTC dans le but de protéger les droits d'auteur. Si ce dont il s'agit, c'est la politique publique, tout est à revoir.

Le président: Je vous remercie.

Mrs. Tremblay, do you have any questions?

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): No.

The Chair: Mrs. Gagnon.

Mrs. Gagnon: In other countries, there are other ways of collecting revenues, for example by collecting royalties from each household. In the case of television, those royalties go from 150 to 250$ per household. Do you think this would be feasible in Canada?

M. Goldstein: C'est une question difficile. Vous pensez évidemment aux droits de permis qui existent au Royaume–Uni.

Jusqu'en 1952, on percevait des droits de permis au Canada pour le service radio de la SRC. Ces droits ont disparu à l'avènement de la télévision. Je ne sais pas s'il serait très facile ou très efficace de rétablir ces droits, puisqu'il faudrait trouver un moyen de les percevoir.

[*Texte*]

I think something in the compensation for carriage arena probably could be integrated into the current system more efficiently and more easily. You would say, well, that would have only the cable subscribers pay, and the people who get it over the air and who don't have access to cable would not pay. While I admit that is an apparent inconsistency, it might be that the simplicity of the arrangement justifies that small inconsistency. In most urban areas you have well over 80% on cable, in any event.

The Chair: Do we have a question on this side?

Mr. McKinnon (Brandon—Souris): Good morning, Mr. Goldstein. It's nice to see a fellow Manitoban this early in the day.

I've had mixed feelings about this whole area of compensation for carriage, just as a palatable level of acceptability from the public. In your remarks, I don't see any bias, one way or the other, in terms of meeting the challenge of convincing the general public that this would be an acceptable means of increasing revenues for CBC.

I have two questions. First, is there any experience anywhere on the globe where this kind of approach has been used successfully in terms of public broadcasting?

• 0940

Mr. Goldstein: It's difficult to answer that question, because the precise parallel does not exist in other countries. In the United States some arrangements have been made between some private channels and some cable companies that involve some compensation for carriage. In some cases, it's monetary compensation; in other cases, it has come in the form of granting second channels on cable systems.

In terms of the research area, as opposed to a more practical example, some substantial research has been done in the United Kingdom on the question of how high one could raise the BBC licence fee, of the viewers' willingness to pay. Perhaps surprisingly, the research found that you could approximately double it and lose only about 15% of the audience.

You're into a whole question of value perceptions. The CBC has to prove to Canadians that it's valuable. Every day, when you click on your remote control and scroll through the channels, the CBC has to prove that it's valuable.

If it proves this, then Canadians will accept that the parliamentary appropriation creates a foundation, and that some degree of compensation for carriage builds on that for both the CBC and the private broadcasters. But it has to be sold. People have to feel that it's reasonable, that they're getting something for it in terms of the kinds of programming they want to tune into.

I can't give you a direct answer, because the exact direct parallels don't exist; but you have to remember that the value perception question is key.

You will recall that in the early 1980s pay television was introduced in Canada, probably six to eight years after it should have been. It came in at somewhere between $12 and $18 a month in most places. At the same time, the average Canadian had the opportunity to spend, then, between $700 and $1,000 on a video–cassette recorder. Pay television went nowhere, and 80% of Canada now has VCRs, because there was a value perception. That's what it really comes down to.

[*Traduction*]

À mon avis, il serait plus facile et sans doute plus efficace d'indemniser les radiodiffuseurs pour la distribution des signaux. On pourrait alléguer qu'ainsi seuls les abonnés du câble paieraient et que tous les autres ne paieraient rien. J'admets que cela semble illogique, mais ce serait peut–être plus simple. De toute façon, dans la plupart des régions urbaines, plus de 80 p. 100 des gens sont abonnés au câble.

Le président: Y a–t–il une question de ce côté?

M. McKinnon (Brandon—Souris): Bonjour, monsieur Goldstein. Il est agréable de voir un compatriote du Manitoba si tôt le matin.

Je me demande vraiment si l'indemnisation pour la distribution serait vraiment acceptable à la population. Vous ne semblez pas vous être prononcé quant à savoir s'il serait vraiment possible de convaincre le grand public que ce serait une façon acceptable d'accroître les recettes de la SRC.

J'ai deux questions à vous poser. J'aimerais d'abord savoir s'il y a un endroit au monde où cette expérience a été tentée avec succès dans le domaine de la radiodiffusion publique?

M. Goldstein: Il est difficile de répondre à cette question, car il n'y a pas de parallèle exact dans d'autres pays. Aux États–Unis, certaines chaînes privées et certains câblodistributeurs ont conclu des ententes en matière d'indemnisation pour la distribution. Dans certains cas, il s'agit d'une indemnisation financière, dans d'autres, on a accordé une deuxième chaîne aux câblodistributeurs.

Au Royaume–Uni, on a fait passablement de recherches pour voir dans quelle mesure on pouvait augmenter les droits de permis de la BBC. Autrement dit, on a voulu savoir ce que les téléspectateurs étaient prêts à payer. Ce qui peut surprendre, c'est que les recherches ont révélé qu'on pouvait doubler les droits de permis et que cela n'entraînerait qu'une perte de 15 p. 100 de l'auditoire.

C'est une question de perception. Radio–Canada doit prouver aux Canadiens que c'est un service valable. La société doit le faire chaque fois que quelqu'un la compare à ses concurrents en passant d'une chaîne à l'autre.

Si la Société Radio–Canada y parvient, les Canadiens accepteront qu'on lui accorde des fonds publics et que tant la SRC que les radiodiffuseurs privés ont le droit d'être indemnisés pour leurs services de distribution. Mais il faut que la SRC parvienne à convaincre les Canadiens. Les gens doivent être convaincus que la SRC est raisonnable et qu'elle leur offre le genre d'émissions qu'ils souhaitent.

Je répète donc qu'il est impossible de faire une comparaison exacte avec ce qui se passe dans d'autres pays et que c'est une question de perception.

Vous vous souviendrez que le début des années quatre–vingt a marqué l'avènement de la télévision payante au Canada. Elle est arrivée au pays avec six à huit ans de retard. Dans la plupart des endroits, ce service coûtait entre 12$ et 18$ par mois. À cette époque–là, un magnétoscope coûtait entre 700$ et 1 000$. La télévision payante n'a pas fait beaucoup d'adeptes, et 80 p. 100 des Canadiens possèdent maintenant un magnétoscope. Tout est essentiellement attribuable à une question de perception.

[*Text*]

Mr. McKinnon: The view that I think the general public has, and I have, is that they don't like paying taxes, per se. But people will pay basic subscriptions. It's that whole idea of GST, I suppose, where it's hidden or it's exposed. Some people feel that it's better to hide the true tax and therefore not know what they're paying. I'm sensing that this is part of our problem here, that if we're going to expose the bare–bones truth about what you're paying for, then there will be a built–in bias against the payment.

If, however, it's just part of a package proposition, then we're going to find a greater level of acceptability for CBC funding. I like to be honest with people, and I think we're going to have to tell people that part of that basic subscription is CBC funding if that's the approach we're going to take.

I'm asking for your comment on my comment.

Mr. Goldstein: Both philosophically and practically, I don't want to hide it. We've created something good in the CBC. It can be improved. It can be more efficient. There is room for the CBC to improve. We've created something good in private broadcasting, and I don't think we should hide from it.

If you go forthrightly to the citizens of Canada and say, "Look, we have this ability to do something. We want to maintain the ability to do something, and for a few pennies we can do it", then I think some people will complain but most will accept it openly, right out front.

The Chair: Presumably, the other advantage of the system is if you go with accommodation for carriage, you can then place greater demands on private broadcasters for Canadian content, because they're getting greater compensation out of the system.

Mr. Goldstein: The converse is also true. If you don't, then at some point you're going to have to have another committee hearing to discuss why the CRTC is forced to roll back the demands.

• 0945

The Chair: Do you have a last question, Mr. de Jong?

Mr. de Jong (Regina—Qu'Appelle): I do.

Thank you very much, Mr. Goldstein. I think it's a very interesting presentation. I particularly like as well your suggestion that there is no free television. It's done through either direct taxation or I suppose indirect taxation. Advertising is a form of indirect taxation, as well. Most of the revenue coming in now is coming through either cable fees or rentals.

The cable companies as part of their licensing set up a special fund to produce Canadian programming. It's been suggested to this committee that this fund should be treated more at arm's length so that access to the fund can be used by not just cable, with cable having total control over the Canadian production out of that fund, but also by all broadcasters. Both public and private should have access to it. I'd like you to comment on that.

As well, I'd like you to comment on the notion that was presented to this committee by one of the government members. That is, would there be any economic return for the CBC if it appealed directly to the public for contributions, as does PBS in the United States?

[*Translation*]

M. McKinnon: Je crois que la majorité des Canadiens n'aiment pas, pas plus que moi, payer des impôts. Les gens sont cependant prêts à payer un abonnement de base. C'est comme la TPS: le prix peut être caché ou être indiqué. Certains préfèrent que la taxe soit cachée et ne pas savoir ce qu'ils paient. Je pense que cela a quelque chose à voir aussi dans ce cas–ci. Si on dit aux gens exactement ce qu'il en coûte, certains vont s'opposer à ce qu'on leur demande de payer quoi que ce soit.

Je crois que les gens accepteront cependant davantage l'idée qu'il faut réserver des fonds à la SRC si tout leur est présenté dans le cadre d'un plan. Je crois qu'il faut être honnête et dire aux gens qu'une partie de leur abonnement de base sert à financer la SRC.

J'aimerais maintenant savoir ce que vous en pensez.

M. Goldstein: Moi non plus je ne suis d'accord ni en principe ni en pratique pour qu'on cache aux gens ce qu'il en coûte pour assurer la survie de la SRC. La SRC est un bon radiodiffuseur, qui peut être encore meilleur. Ses activités peuvent être plus efficaces. Il y a beaucoup de choses que la SRC peut améliorer. Nos radiodiffuseurs privés sont aussi très bons, et nous n'avons pas à nous le cacher.

Si nous disons honnêtement aux Canadiens qu'il leur en coûtera quelques sous pour conserver un service qui est valable, je crois que certains se plaindront peut–être, mais que la plupart des gens reconnaîtront que c'est une bonne chose.

Le président: Je suppose que l'un des avantages d'un système d'indemnisation pour la distribution, c'est qu'on peut demander aux radiodiffuseurs privés d'augmenter le contenu canadien.

M. Goldstein: L'inverse est également vrai. Si l'on n'indemnise pas les radiodiffuseurs pour les services de distribution, le comité devra tenir une autre audience pour expliquer pourquoi le CRTC ne peut faire droit à leurs demandes.

Le président: Une dernière question, monsieur de Jong?

M. de Jong (Regina—Qu'Appelle): Oui.

Merci beaucoup, monsieur Goldstein. Votre exposé était fort intéressant. J'ai beaucoup aimé que vous disiez qu'il n'y a pas de télévision gratuite. Elle est financée par l'imposition soit directe, soit indirecte. La publicité est une forme d'imposition indirecte, en quelque sorte. La plupart des recettes proviennent actuellement des droits d'abonnement au câble ou des locations.

Les câblodiffuseurs, dans le cadre de leur licence, établissent un fonds spécial pour la production d'émissions canadiennes. Certains ont suggéré à ce comité que ce fonds soit plus indépendant et ne soit pas réservé seulement aux câblodiffuseurs, qui jusqu'ici contrôlent totalement la production réalisée à partir de ce fonds, mais qu'il soit ouvert à tous les diffuseurs, publics et privés. J'aimerais avoir votre avis là–dessus.

J'aimerais également savoir ce que vous pensez de l'idée qui a été présentée à ce comité par un député de la majorité. Il a dit que Radio–Canada pourrait faire des levées de fonds directement auprès du public, comme le fait PBS aux États–Unis.

[*Texte*]

Mr. Goldstein: I'll answer the last one first: I'm not sure. That's only because the CBC is what it is, and the PBS is what it is. Instead of inventing something new, I would rather move within a system that can be more efficiently handled. But I'll take that one under advisement.

To answer your first question about funds, my understanding is that this particular fund being established by the cable television industry can be used by conventional broadcasters. I don't know that it's restricted only to the cable or to specialty services.

The question of funds, though, is a very valid one. Funds are pump primers. I think we've gone beyond the point, certainly if you want to see Canadian content grow, where you can deal with pump priming. You have to deal with the underlying stream you're trying to reach. That's what we're talking about here when we talk about rebalancing revenues and responsibilities.

I see the time is up, and if I might offer just a small footnote to all of this—wanting to get one pet peeve on the record—I think we have too often tended to make policy based on where we wish we could be rather than where we really are. I hope the kinds of statistical data now in front of you in our report, and in others, will cause you to take a very fundamental look at where this industry is going.

I will give an anecdotal example. You've had the Canadian government under various administrations through what is now the Department of Canadian Heritage, previously the Department of Communications, spend a lot of time and a lot of energy worrying about the distribution of motion pictures in Canada. Yet if you look at the numbers in our report and do some very simple arithmetic, you will find that 5 or 6 or 7 times as many Canadians will watch a movie on video as in a motion picture theatre. Yet when I walk into a video store I see nothing promoting Canadian movies in any way encouraged by the Government of Canada. Therefore, you can spend your time worrying about what was, or you can spend your time worrying about where we're going. Thank you.

The Chair: I think that's terrific. I think I would express it almost the same way with the notion of catching the wave. Technology seems to be moving in a certain direction, and if the economic forces carried by that technology are also moving in a certain direction, we'd be far better trying to go with those forces than against them. That's the summation of the point. I think that's something we really will have to take into account.

Thank you very much for coming, particularly at this point, where we are needing to pull together some of our thinking on these very complex issues.

Perhaps we'll take a little coffee break while we regroup.

[*Traduction*]

M. Goldstein: Je vais commencer par répondre à la dernière question. Je ne sais pas quoi dire. Radio–Canada et PBS, ce sont deux choses tout à fait différentes. Au lieu d'inventer quelque chose de nouveau, je préférerais trouver une solution sans changer le système actuel, mais en en améliorant l'efficacité. Mais je vais réfléchir à cela.

Quant à votre première question concernant le fonds de production, je crois comprendre que ce fonds, qui a été créé par l'industrie de la câblodiffusion, est ouvert aux autres diffuseurs également. Je ne crois pas qu'il soit réservé au câble ou aux services spécialisés.

La question des fonds est cependant tout à fait valable. Les fonds sont les moteurs qui actionnent la pompe. Nous n'en sommes toutefois plus au point, surtout si on veut augmenter le contenu canadien, où on peut se contenter d'actionner la pompe. Il faut maintenant évaluer le niveau de la source. C'est ce que nous voulons dire ici quand nous parlons de rééquilibrage des recettes et des responsabilités.

Je vois que notre temps est écoulé, mais j'aimerais faire encore une remarque—signaler une de mes bêtes noires—en disant que nous avons trop souvent établi nos politiques en fonction de nos désirs plutôt que des réalités. J'espère que les données statistiques que vous trouverez dans notre rapport, et dans d'autres, vous inciteront à faire une réflexion en profondeur sur l'avenir de l'industrie.

Je vais vous donner un exemple anecdotique. Diverses administrations canadiennes, par l'entremise de celui qu'on appelle maintenant le ministère du Patrimoine canadien et qui auparavant était le ministère des Communications, ont consacré beaucoup de temps et d'énergie au problème de la distribution cinématographique au Canada. Pourtant, si vous regardez les chiffres que nous donnons dans notre rapport, et que vous faites un calcul très simple, vous constaterez que cinq, six ou sept fois plus de Canadiens regardent des films sur vidéo qu'au cinéma. Or, quand je vais dans un magasin de location de vidéos, je ne vois aucun effort de promotion de films canadiens par le gouvernement du Canada. Cela pour montrer qu'on peut passer son temps à s'inquiéter de ce qui était ou à se préoccuper de ce qui sera. Merci.

Le président: C'est très bien dit. On pourrait dire presque la même chose à propos de la nouvelle vague. La technologie semble aller dans un certain sens, et si les forces économiques entraînées par cette technologie vont dans la même direction, il est dans notre intérêt de suivre la vague plutôt que de nager à contre–courant. Cela résume bien la situation. Il va vraiment falloir en tenir compte.

Je vous remercie d'être venu, surtout maintenant que nous avons besoin de faire une synthèse de notre réflexion sur toutes ces questions très complexes.

Nous allons faire une petite pause–café pour nous permettre de nous réorganiser.

[*Text*] [*Translation*]

• 0949

• 0957

The Chair: Ladies and gentlemen, we begin the second half of our morning. We are pleased to welcome Mr. Pierre Juneau, who probably knows more about every part of the broadcasting system. . .from regulation to what it's like to be a deputy minister in the field to running the CBC for seven years. We are in the presence of a whole chapter of Knowlton Nash's book on the CBC.

Some hon. members: Oh, oh.

The Chair: This is live theatre.

Mr. Juneau, we would ask you to make your opening remarks.

Mr. Pierre Juneau (Individual Presentation): Thank you, Mr. Chairman. I'm looking forward to the questioning. It's always the more interesting aspect of a meeting like this one.

I would like to thank you, Mr. Chairman, and ladies and gentlemen, for taking time this morning to hear some of the ideas I have. With your permission, although there is an English text for my remarks, I want to emphasize it's much too long. I've given the translators all the cuts.

With your permission, I would like to make my remarks in French. As I mentioned, you have my English text, and there is also a translation.

Il faut bien admettre monsieur le président, mesdames et messieurs, que c'est l'aspect financier du fonctionnement de la Société Radio–Canada qui est à l'origine de la création de ce Comité. Bien sûr, il est évident qu'on ne peut discuter du financement de Radio–Canada sans se demander à quoi doivent servir les fonds et si ces fonds sont bien dépensés.

• 1000

Malgré toutes les enquêtes sur Radio–Canada, on parle encore du mandat. Pourquoi en avoir tant parlé dans les comités parlementaires et ailleurs, pourquoi? Parce qu'on butte toujours sur les contradictions financières qui affectent Radio–Canada. Et voilà qu'il y a eu enfin une promesse, un engagement, avant les dernières élections.

Ce fut, comme on le sait, le Livre rouge. On y disait que «la culture est l'essence même de l'identité nationale, à la base de la souveraineté et de la fierté de notre pays». Et on continuait en disant: «à l'heure de la mondialisation des échanges et de l'explosion des technologies de l'information, les frontières entre les pays s'estompent, et le Canada doit plus que jamais favoriser son développement culturel».

On pourrait citer aussi le récent comité parlementaire sur les relations extérieures et l'importance qu'on y donnait à la culture. Et le Livre rouge continuait en disant: «enfin nous doterons les institutions culturelles nationales comme le Conseil des Arts et Radio–Canada d'un budget pluriannuel stable».

Le président: Mesdames et messieurs, nous entamons la deuxième partie de la matinée. Nous avons le plaisir d'accueillir M. Pierre Juneau, qui en sait probablement davantage sur tous les aspects de la radiodiffusion. . . de la réglementation aux responsabilités d'un sous–ministre dans le secteur, en passant par la direction de Radio–Canada pendant sept ans. Nous avons devant nous l'incarnation de tout un chapitre du livre de Knowlton Nash sur Radio–Canada.

Des voix: Oh, oh.

Le président: C'est du théâtre en direct.

Monsieur Juneau, nous vous prions de bien vouloir faire votre déclaration liminaire.

M. Pierre Juneau (présentation individuelle): Je vous remercie, monsieur le président. Je répondrai avec plaisir à vos questions. C'est toujours l'aspect le plus intéressant de ce type de réunion.

Monsieur le président, mesdames et messieurs, je vous remercie de prendre le temps ce matin d'écouter un certain nombre de mes idées. J'ai la version anglaise de mon exposé, mais il est beaucoup trop long. J'ai indiqué tous les changements aux interprètes.

Avec votre permission, je ferai ma déclaration en français. Comme je l'ai dit, vous avez le texte en anglais, ainsi que la version française.

One can acknowledge the fact, I think, that the financial aspect of the Canadian Broadcasting Corporation's operations are at the origin of this committee's creation. Obviously, the CBC's funding cannot be discussed without at the same time asking ourselves what these funds are intended for, and if they are being properly spent.

In spite of all the studies that have been conducted on the CBC, there is still talk about its mandate. Why has there been so much discussion of this topic in parliamentary committees and elsewhere. Why? Because we always stumble over the financial contradictions plaguing the CBC. And finally, before the last election, a promise, a real commitment was made.

As we all know, that commitment was spelled out in the Red Book. It said that "culture is the very essence of national identity, the bedrock of national sovereignty and national pride". Then it went on to say: "At a time when globalization and the information and communications revolution are erasing national borders, Canada needs more than ever to commit itself to cultural development".

One could also cite a report recently released by the Parliamentary Committee on Foreign Affairs which recognized the importance of culture. The Red Book went on to say: "Finally a Liberal government will be committed to stable multi–year financing for national cultural institutions such as the Canada Council and the CBC".

[*Texte*]

Après les élections, comme on le sait, le nouveau gouvernement maintenait les réductions de budget du gouvernement conservateur à Radio–Canada, mais s'engageait à ne pas les dépasser. Il répétait par l'intermédiaire du ministre, l'honorable Michel Dupuy, son engagement à établir encore une fois un financement pluriannuel stable. Il s'engageait aussi à trouver des sources de financement supplémentaires qui permettraient à Radio–Canada de se dégager en partie de sa dépendance à l'égard des recettes publicitaires. Ces engagements avaient un caractère de nouveauté. Ils étaient non seulement novateurs, mais courageux. Depuis des décennies et il faut bien dire des décennies, on n'avait parlé d'une telle politique. Il y a eu un nombre incroyable de rapports de comités qui ont dit qu'il faudrait un financement pluriannuel et stable, mais rien n'avait jamais été fait.

Si ce problème du financement pluriannuel stable et protégé des humeurs du monde politique n'est pas résolu, on pourra douter de l'importance réelle que l'on accorde à la culture dans la politique du pays et de la conviction qu'on a concernant l'importance de Radio–Canada et son importance par rapport au secteur politique.

Et pourquoi rappeler l'indépendance de Radio–Canada à l'égard des autorités politiques dans le contexte où on se trouve ce matin? Et bien je m'explique. Il n'y a aucun doute dans mon esprit que les décisions concernant les niveaux de financement de la Société Radio–Canada sont souvent influencées par l'humeur des politiciens au moment où les décisions budgétaires sont prises.

Les sautes d'humeur, je le sais, sont plus en rapport avec le contenu des nouvelles qu'avec le bien fondé des chiffres présentés et analysés par le Conseil du trésor. Il faut être réaliste, c'est presqu'inévitable, car il y a une tension naturelle entre les gens de l'information et tous les gens d'action qu'ils soient dans la politique, dans les affaires, dans les églises, dans l'action sociale, ou dans les syndicats.

J'ai entendu de la part des hommes et des femmes faisant de la politique autant, sinon plus, de vitupérations à l'égard du *Devoir*, de *La Presse*, du *Globe & Mail*, du *Toronto Star* et du *Financial Post*, monsieur le président, qu'à l'égard de Radio–Canada. Mais il existe une énorme différence entre, par exemple, *Le Devoir* et le *Globe & Mailro* d'une part, et Radio–Canada d'autre part.*

Les politiciens savent qu'ils ne peuvent rien faire contre les journaux sinon se fâcher, ou écrire des lettres. Au contraire, dans le cas de Radio–Canada, ils ont l'impression, pour un grand nombre, que ça leur appartient et qu'ils devraient pouvoir faire quelque chose. Après tout, n'est–ce pas eux, au nom de la population bien sûr, qui fournissent les fonds?

Par conséquent, quand on sait que Radio–Canada, aussi bien que n'importe quel ministère, doit comparaître une ou plusieurs fois par an devant le Conseil du Trésor, il n'est pas sain que des décisions financières qui affectent la programmation de Radio–Canada soient susceptibles d'être influencées et sont en fait influencées, non pas par des analyses objectives quant au mandat et quant aux besoins qui en découlent, mais par la mauvaise humeur suscitée par les nouvelles de la veille ou par la rancoeur acumulée pendant des semaines à la suite de tous ces programmes qui ne s'accordent pas avec les vues du gouvernement.

[*Traduction*]

As we all know, following the election, the Liberals maintained the budget cuts which had been imposed on the CBC by the Conservatives, yet promised not to increase them. Through the honourable Minister Michel Dupuy, the government reiterated its commitment to establishing stable multi–year funding. It also promised to find additional funding sources which would allow the Corporation to partially free itself from dependency on advertising revenues. These commitments were quite unprecedented. Not only were they innovative, they were courageous. There had been talk of such a policy for decades—and I do mean decades. There had been an incredible number of committee reports stating that stable, multi–year funding was a necessity, and yet nothing had been done.

If this problem of stable, multi–year funding, protected from the vagaries of the political world, is not solved, we will have reason to doubt whether Canada's policy makers really attach any importance to culture, to the CBC's role in that regard and to the need to preserve its independence from political influence.

Why am I referring to the CBC's independence and the need for it to remain free from political influence in the context of our discussion this morning? Well, let me explain. There is no doubt in my mind that decisions regarding CBC's funding level are often influenced by the mood of politicians when budgetary decisions are made.

As I well know, their moodiness is often more a result of what they hear on the news than the cogency of the figures presented to Treasury Board. But let's be realistic: that is almost unavoidable. There is a natural tension between the journalistic profession and people whose job is to make things happen, whether they be politicians, businessmen, church leaders, social workers, or unionists.

I have heard of at least as much ranting and raving from politicians, perhaps even more, against *Le Devoir*, *La Presse*, *The Globe & Mail*, *The Toronto Star*, and *The Financial Post* as I have against the CBC. But there is a big difference between *Le Devoir* and *The Globe & Mail* and the CBC.

Politicians know that there is very little they can do besides express their anger in writing to the press. However, when the CBC is involved, they are under the impression—at least, many of them—that this particular institution is their property and that they should be able to do something about it. After all, are they not the ones who provide the funding—on behalf of all Canadians, of course!

So, considering that the CBC, like any other department, must appear one or several times a year before the Treasury Board, it makes absolutely no sense that financial decisions affecting the CBC's programming should be subject to influence, or, indeed, influenced, not by an objective analysis of the Corporation's mandate and requirements, but by the bad temper generated by yesterday's news or by the resentment that has been building for weeks as a result of programs and initiatives that do not jibe with the government's views.

[*Text*]

J'en conclus qu'il est impératif que l'on trouve enfin une façon d'établir un système de financement pour Radio–Canada, comme cela a été promis dans le livre rouge.

Quant à la question du mandat de Radio–Canada, il me semble que c'est moins compliqué qu'on ne veut le laisser croire. Je pense qu'elle est, en fait, compliquée par les opinions de tous ceux qui veulent profiter de cette discussion du mandat pour faire valoir un intérêt de leur profession ou de leur industrie.

Dans tous les pays démocratiques, on a voulu des radios et des télévisions publiques dites «généralistes», c'est–à–dire qui visent à servir l'ensemble de la population du pays, et non pas une fraction de la population dont les intérêts se limiteraient à certains types d'activité ou d'intérêt.

Si on veut que tous les secteurs et tous les milieux de la société canadienne se retrouvent à la télévision et à la radio de Radio–Canada, il faut représenter tous les secteurs d'intérêt. Je ne dis pas qu'il faut représenter tous les goûts, les mauvais goûts, les bons goûts, mais tout ce qui est important dans la vie des citoyens. C'est pourquoi il serait absurde, par exemple, de «déraciner» la programmation de Radio–Canada et de dire, comme certains le disent, que sa programmation devrait être seulement nationale. La population s'intéresse à son entourage régional et pas seulement aux questions de caractère national et international. Je voudrais vous citer comme exemple, le sport, qui est justement une de ces activités qui intéresse les citoyens de tous les milieux: riches et pauvres, universitaires et ouvriers, artistes et techniciens, ruraux et citadins.

Est–ce à dire, par conséquent, qu'il n'u a rien à changer à Radio–Canada? Sûrement pas. Je crois que les suggestions que je vais proposer ne contredisent pas celles du président de Radio–Canada qui a comparu devant vous. Les siennes étaient bien sûr beaucoup plus complètes. Les miennes comportent peut–être un accent différent et elles ne sont pas, comme je viens de le dire, aussi complètes.

Tout d'abord, je dirai qu'il faut un meilleur équilibre de la grille des programmes et un équilibre plus sain entre les programmes et les contraintes de la publicité.

Nous revenons donc au problème financier. Il faut être inconscient pour ne pas voir le lien direct qu'il y a entre les problèmes de la programmation et la place que prend la publicité dans la programmation de la télévision de Radio–Canada, ou de n'importe quelle autre télévision d'ailleurs.

D'autre part, l'importance de la publicité est évidemment le résultat direct des contraintes budgétaires. Il y a une contradiction évidente entre un financement excessif par la publicité et une programmation équilibrée, et l'ancien Président de la Société Radio–Canada, M. Gérard Veilleux, qui en avait fait l'expérience, en avait parlé à M. Pearson de la *Gazette*, dans une interview au cours de l'hiver 1992, en disant:

> Vous ne vouvez pas demander à quelqu'un de gérer une télévision publique, et lui dire en même temps de financer ses opérations au moyen de la publicité.

Ce problème avait aussi beaucoup inquiété le ministre des Communications, M. Marcel Masse. J'étais président de Radio–Canada pendant qu'il était ministre. C'est pourquoi on avait créé le Comité Peters–Girard. Je partageais son avis à ce sujet

[*Translation*]

• 1005

I therefore conclude that it is imperative for the CBC to obtain a system of funding along the lines of what was promised in the Red Book.

As for the CBC's mandate, it seems to me this is a far less complicated issue than we are sometimes led to believe. What makes it seem complicated are the conflicting opinions of all those who want to take advantage of the discussion of its mandate to advance the interests of their particular profession or industry.

In all democratic countries, public radio and television has been designed to serve the population as a whole, and not just segments of the population having particular types of interests.

For all segments of Canadian society to be able to identify with CBC radio or television, all fields of interest must be represented in the CBC's media content. I am not necessarily saying that everybody's taste, good and bad, must be accommodated, but I do think the CBC has an obligation to deal with everything people consider important to their everyday lives. That is why it would be ridiculous, for instance, to "uproot" CBC programming and to say, as many do, that programming content should be exclusively of national interest. The public is interested in regional issues as well as national and international ones. A good example of this is sports, because sports are something that interest people at every level of society: rich and poor, academics and working class people, artists and technicians, country folk and city dwellers.

Does this mean that nothing has to be changed at the Canadian Broadcasting Corporation? Surely not. I believe that the suggestions I will be making in no way contradict those brought forward by the President of the Corporation a few weeks ago when he appeared before your committee. His were most certainly much more exhaustive. Mine may also have a different focus and, as I have just mentioned, are certainly not as complete.

To begin with, I will say that a more well–balanced program grid is required, with better equilibrium between programs and advertising constraints.

That brings me back to the financial issue. One would have to be totally unaware not to be able to see the direct connection between programming problems and the importance given to advertising within the CBC's and other media outlets' television programming.

On the other hand, if advertising has become so important, it is obviously a direct result of budgetary constraints. There is a clear contradiction between excessive dependency on advertising for funding purposes and well–balanced programming, as the Corporation former President, Mr. Gérard Veilleux, found out for himself, and as he pointed out to Mr. Pearson from *The Gazette* in an interview published in the winter of 1992. He said, and I quote:

> You cannot ask someone to manage a public television organisation, and at the same time, ask that the operations of such an organisation be funded through advertising.

This problem had also been a tremendous source of concern for the Minister of Communications, Mr. Marcel Masse. I was President of the Corporation during his term as Minister. That is the reason why the Peters–Girard Task Force was put in

[*Texte*]

et je le partage encore. Mais il faut dire que ses collègues du Conseil du Trésor, au même moment, n'étaient évidemment pas de son avis. J'avais en effet dans mes dossiers, à cette époque, des notes de service du Conseil du Trésor m'avisant de nouvelles coupures et me recommandant d'augmenter les ventes de publicité pour pallier à la diminution des subventions gouvernementales. C'est pourquoi j'avais dit aux gens qui faisaient des pressions sur le groupe de travail Peters–Girard qu'ils avaient peu de chances de réussir.

Donc le premier changement serait de réduire la place excessive de la publicité à la télévision. Si on réduisait l'importance de la publicité, il est bien évident qu'il faudrait remplacer ces recettes par d'autres ressources financières. Mais il en résulterait au moins trois avantages:

Premièrement, les programmateurs pourraient se permettre plus d'audace dans la composition de la grille de programmes à la télévision comme ils le font déjà à la radio;

Deuxièmement, si les messages publicitaires étaient diminués, par exemple de moitié, l'image de Radio–Canada à l'écran serait considérablement modifiée;

Troisièmement, le secteur privé de la radiotélévision serait avantagé. Dans quelle mesure? C'est discutable, mais il serait avantagé probablement.

• 1010

Le deuxième changement consisterait à ne pas éliminer les sports, mais diminuer de façon assez importante la place qu'ils occupent.

Le troisième changement serait de revenir, pour les jeux olympiques, à une solution qui a bien fonctionné pendant plusieurs années, c'est–à–dire alterner les jeux d'hiver et les jeux d'été entre CTV, TVA et Radio–Canada.

Le quatrième changement serait de faire une plus grande place aux programmes de fiction, en particulier aux dramatiques de plus longue durée comme les téléthéâtres ou les téléfilms. Il faudrait aussi revenir au théâtre de répertoire, tant en langue française qu'en langue anglaise, dans la programmation.

Le cinquième changement verrait augmenter la programmation pour enfants.

Le sixième changement serait d'éliminer de la programmation les émissions qui n'ont d'autre but que d'augmenter la part d'auditoire et leurs recettes publicitaires.

Le septième changement serait d'augmenter les programmes qui rendent service à divers secteurs de la population. Il faudrait remplacer certains des programmes qui ne sont là que pour faire plus de recettes publicitaires, et faire place à des programmes qui rendraient service, même si on risque de perdre un peu d'auditoire.

À cause de la préoccupation concernant la part de marché, qu'on appelle le *share of audience* en anglais, et concernant les recettes publicitaires, on a eu tendance, et je ne blâme personne car le problème était le même quand j'étais président de Radio–Canada, à rechercher l'auditoire le plus important à travers toute la grille de programmes. On a oublié les clientèles qui représentent pourtant, en puissance, des groupes d'abonnés possibles très importants.

[*Traduction*]

place. I shared his views in this regard, and I still do. However, his colleagues from Treasury Board were not of the same opinion. Indeed, I had memos at the time from Treasury Board informing me of new budget cuts and recommending an increase in advertising sales to compensate for reduced government funding. That is why I told people who were pressuring the Peters–Girard Task Force that their chances of success were slight.

So, the first change that needs to be made in my view would be to reduce the excessive importance given to advertising in television. If advertising were considered less of a priority, alternate sources of funding would obviously have to be found. On the other hand, this would entail at least three benefits:

First of all, programming people could be a lot more daring when developing their television programming grid, as they now are in radio;

Secondly, if the number of commercials were to be cut back, say, by half, the Corporation's television image would be considerably different;

Thirdly, private television and radio broadcasters would have a definite advantage. How big an advantage? Well, that is debatable, but my feeling is they would definitely have one.

The second change would be not to eliminate professional sports programming, but rather to considerably reduce the amount of sports coverage.

The third change would be to revert, for the Olympic Games, to a solution that has proven to work well for many years, that is, alternate the Winter Games and Summer Games between CTV, TVA and the CBC.

The fourth change would be to allocate more space for fiction, and especially for lengthier dramas such as teleplays and TV films. Also, more room should be made for repertory theatre, in both English and French.

The fifth change would be to increase the amount of children's programming.

The sixth change would be to eliminate all programs whose sole purpose is to increase audience share and advertising revenues.

The seventh change would be to increase programs that perform a service to various segments of the population. Some of the programs that are presented solely for the purpose of generating advertising revenues should be replaced by programs that would perform a service, even though there might be a slight loss of audience.

Because of market share and advertising revenue concerns, the trend—and I blame no one for this, because I was faced with the same problem when I was President of the CBC—has been to reach the largest possible audience through the spectrum of programs. As a result, constituencies representing very important potential client groups have tended to be left out.

[*Text*]

Le huitième changement concerne la question précédente qui illustre la nécessité de développer une stratégie d'auditoire beaucoup plus en rapport avec ce que les sociologues de la télévision appellent la portée, que les Français en Europe appellent l'auditoire cumulé, et ce qu'on appelle en anglais le *reach*, c'est–à–dire le nombre de personnes qui, au cours d'une période donnée, semaine ou mois, écoutent la radio ou regardent la télévision pour un temps suffisamment important. L'exemple de la valeur qu'un abonné attache à une revue est intéressant: on paie le prix d'un abonnement à une revue et on y reste attaché même si on ne lit pas tous les articles. C'est la même chose d'ailleurs pour les journaux.

Le neuvième changement serait de revenir à la conception exigée par la loi, comme s'y efforce la Direction actuelle de Radio–Canada, d'un service de radio et de télévision enraciné dans les régions du pays, tant du côté francophone qu'anglophone.

Les professionels du secteur privé de la radio et de la télévision non spécialisée, la télévision généraliste comme CTV, TVA, COGECO et autres, savent très bien que, dans l'univers fragmenté qui existe déjà et qui progresse rapidement, leur avenir dépend de leur aptitude à demeurer près de la population, tant du point de vue géographique que du point de vue des programmes.

Si Radio–Canada avait vraiment les moyens de mettre de tels changements en pratique, elle modifierait considérablement ce qu'on voit sur ses écrans. Elle intensifierait son rôle culturel, ce qu'on appelle son caractère distinctif. Elle permettrait une reconquête de certains publics qui ont eu tendance à se désintéresser de la télévision de Radio–Canada parce que, disent–ils, elle ressemble trop à la télévision privée. Elle élargirait l'éventail des auditoires, et elle augmenterait les émissions qui rendent service, les émissions d'informations bien sûr, mais aussi des émissions qui intéressent des groupes particuliers, des émissions enfin qui touchent aux grands problèmes qui affectent le pays, ses diverses régions et sa population.

Le calcul serait peut–être de gagner, en termes de portée, d'abonnement, de fidélité, ce qu'il faut risquer de perdre en termes de part d'auditoire. Il donnerait au milieu où se prennent les décisions politiques et financières, le sentiment que Radio–Canada est davantage un service à la population. Il libèrerait une partie du marché de la publicité commerciale au profit du secteur privé, et il diminuerait peut–être le coût de la diffusion des sports professionnels.

Monsieur le président, mesdames et messieurs du comité, je n'ai aucunement l'impression d'avoir traité de tous les sujets importants du mandat de votre comité. Et je ne ferai pas non plus de suggestions précises concernant les sources supplémentaires de financement. Il s'agit là de questions techniques et fort complexes, dont la plupart entraînent des problèmes de théorie de fiscalité.

Je sais d'ailleurs qu'au ministère des Finances on ne débat pas du problème de respect pour les amateurs et leurs opinions et ils ont peut–être raison. Je crois cependant que si le gouvernement décide de résoudre ce problème, il dispose de tous les experts nécessaires pour le faire et sans doute aussi de votre Comité.

[*Translation*]

The eighth change relates to the previous issue and demonstrates the need to develop an audience strategy more closely related to what broadcast sociologists call the reach—in other words, the number of people who, in a given period—week or month—listen to the radio or watch television for a significant amount of time. The example of magazine subscriptions is useful in this context: a subscriber pays a fee and remains loyal to the magazine even though he may not read all the articles. The same applies to newspaper subscriptions.

The ninth change would be to revert to the concept of a radio and television service operating in every region of the country, both French and English, as required by the Act—a concept which CBC management is currently trying to implement.

Private sector professionals involved in radio and non–specialized television services, such as CTV, TVA, COGECO and others, know full well that in the fragmented market that presently exists and is rapidly progressing, their future depends on their ability to stay close to the people, both from a geographical and programming standpoint.

If CBC were able to implement these changes, what we see on the Corporation's television network would be considerably different. These changes would allow the CBC to strengthen its distinctive cultural role. They would allow it to recapture certain audiences that have become less interested in its programming because, or so they say, it is too much like private television programming. It would allow the Corporation to extend the range of its audiences and would lead to an increase in the number of programs that provide a service to the community, not only news and current affairs but programs that are of interest to special groups, or programs dealing with major issues affecting the country, the various regions of Canada and its people.

It would mean gaining reach, subscribers and loyalty in return for a reduction in audience share. It would mean giving the people who make the political and financial decisions the feeling that the CBC is providing more of a service to Canadians. It would free up part of the advertising market to the private sector, and would possibly bring down the cost of broadcasting professional sports programming.

Mr. Chairman, ladies and gentlemen, I do not pretend to have dealt with all the important aspects of your committee's mandate. Nor do I intend to make precise suggestions regarding additional funding sources, as these are technical and highly complex questions that for the most part require specialised expertise.

I know for a fact that officials working in the Department of Finance do not have a great deal of respect for the opinions of amateurs, and they may well be right. However, I do believe that if the government decides to do something about this problem, it has all the expertise it requires in government and probably within your committee, to find the solution.

[*Texte*]

[*Traduction*]

• 1015

Certains se demandent comment il est possible d'envisager qu'un gouvernement qui croit devoir réduire vigoureusement son déficit annuel, et c'est son droit, puisse exempter la Société Radio–Canada de nouvelles coupures ou améliorer son financement.

Cela peut donc paraître gênant, mais uniquement quand on ne connaît pas l'histoire des budgets de Radio–Canada depuis 1984, c'est à dire depuis 10 ans. Si les budgets de Radio–Canada n'avaient pas déjà été diminués aussi brutalement depuis 10 ans, même un président ou un ancien président de Radio–Canada devrait admettre qu'il est difficile de demander au gouvernement d'améliorer la situation financière de cette institution.

Il faut tout de même un peu de rigueur dans les comptes et un peu d'équité dans le partage des responsabilités. Gérard Veilleux, ancien président de la Société–Canada, et ancien secrétaire du Conseil du Trésor, avait une assez bonne connaissance des comptes publics.

En 1991, comme président de Radio–Canada, il disait que si on avait pratiqué, dans l'ensemble du gouvernement, des coupures analogues à celles qui étaient imposées à Radio–Canada, on aurait aboli 35 000 emplois gouvernementaux et réduit les dépenses de 10 milliards de dollars.

M. Manera vous a d'ailleurs dit qu'il avait calculé que si les dépenses totales du gouvernement avaient augmenté au même rythme que celles de Radio–Canada, il n'y aurait pas eu de déficit gouvernemental cette année. Et cela se compare assez bien aux chiffres de M. Veilleux.

Le Comité dispose de tous les moyens pour vérifier l'authenticité de ces chiffres. S'ils sont en effet véridiques, je proposerais cependant que le comité recommande d'abord qu'on trouve les mécanismes fiscaux nécessaires, comme on s'y est engagé, pour stabiliser et améliorer le financement de Radio–Canada, sur une base pluriannuelle.

Deuxièmement, qu'on établisse un moratoire sur les coupures du budget de Radio–Canada, tant que les niveaux des réductions de budgets ailleurs dans le gouvernement ne se rapprocheront pas de celles que Radio–Canada a déjà subies. On pourra ensuite revenir à Radio–Canada si nécessaire.

Monsieur le président, mesdames et messieurs, je vous remercie.

Le président: Merci bien, monsieur Juneau. Nous allons passer tout de suite aux questions et je commence par madame Tremblay pour 7 minutes.

Mme Tremblay: Merci, monsieur le président. Bonjour monsieur Juneau.

Je voudrais aborder avec vous une question, un peu délicate peut–être, mais qui me tracasse depuis longtemps. Je suis très contente de pouvoir discuter de cette question avec un ancien président de Radio–Canada.

Beaucoup de gens que je rencontre mettent souvent en doute l'objectivité de Radio–Canada. On dit que Radio–Canada subit des pressions du gouvernement d'une façon ou d'une autre. On a vu par exemple que M. Trudeau, déçu de voir que

Some may wonder how one could possibly expect a government that believes it must drastically reduce its annual deficit—and that is certainly its right—to exempt the CBC from further budget cuts or improve its funding.

This can indeed seem a little awkward, but only when one is not familiar with the CBC's budgetary history of the past 10 years. Had the CBC's budget not been so brutally contracted over the past 10 years, even a president or ex–president of the CBC might be willing to admit that one could hardly expect the government to improve that institution's funding.

However, there must be some rigor in the accounting process and some fairness in the sharing of responsibilities. Gérard Veilleux, former President of the CBC and former Secretary of the Treasury Board, had some knowledge of public accounts.

In 1991, during his tenure as President of the CBC, he said that if budget cuts similar to those imposed on the CBC had been applied to government as a whole, 35,000 jobs would have been abolished and expenditures would have been reduced by $10 billion.

Indeed, Mr. Manera pointed out, I believe, that according to his calculations, had total government expenditures increased at the same rate as at the CBC, there would be no government deficit this year. And that assessment certainly jibes with Mr. Veilleux's figures.

The committee does indeed have all the means at its disposal to determine the validity of these figures. If they do prove to be valid, I would propose that the committee recommend, first of all, that the required fiscal arrangements be put in place, consistent with the government's commitment in that regard, to stabilize and improve the CBC's funding.

Secondly, that a moratorium be declared on budget cuts to the CBC until the level of budget reductions elsewhere in government reaches the same level as those already imposed on the CBC. At that point, we can look again to the CBC for further budget cuts, if need be.

Mr. Chairman, ladies and gentlemen, thank you for your kind attention.

The Chair: Thank you very much, Mr. Juneau. We will now open it up to questions, and I will begin with Mrs. Tremblay, for seven minutes.

Mrs. Tremblay: Thank you, Mr. Chairman. Good morning, Mr. Juneau.

I would like to begin by raising an issue which is rather delicate, but has been on my mind for some time. I am very happy to have an opportunity to raise it with a former president of the CBC.

Many people that I run into often cast doubt on the CBC's ability to provide objective reporting. They say that the CBC is subject to government pressure in one form or another. For instance, back in 1976, Mr. Trudeau, who was unhappy to see

[*Text*]

Radio–Canada était un nid de séparatistes en 1976, décider de couper les budgets de Radio–Canada. Quand M. Mulroney est arrivé au pouvoir, il vous a presque demandé votre démission, mais vous ne l'avez pas donnée et vous êtes resté en poste. On a quand même constaté que le budget de Radio–Canada a subi des coupures chaque année.

Quand vous étiez président, vous avez donné du temps d'antenne à M. Trudeau pour faire, semble–t–il, des discours à la nation, et vous avez donné le même temps d'antenne aux partis d'opposition. On donne, en effet, du temps d'antenne gratuit à Radio–Canada, mais cela passe à 1h30 du matin, et personne n'écoute ces programmes.

On a vu ensuite, à l'approche du référendum de Charlottetown, qu'on a fait le ménage de toute l'équipe du Point et qu'on a créé un poste de rédacteur en chef, ce qui n'existait pas auparavant. On a nommé un bon libéral, M. Pelletier, fils de l'ancien ambassadeur et député–ministre dans le gouvernement de M. Trudeau.

Sous l'ancienne législature on a appris à très bien connaître plusieurs députés libéraux, dont M. Boudria et M. Lapierre, parce qu'ils apparaissaient presque tous les soirs au *Point* . Actuellement, depuis le changement de gouvernement, le Bloc québécois va rarement au *Point* et quand il y va, ce n'est jamais pour affronter personne, parce qu'il paraît que personne ne veut faire l'émission en même que le Bloc québécois.

Ceci étant dit, dans quelle mesures pouvez–vous nous garantir vraiment que Radio–Canada est à l'abri de la pression politique alors que vous savez très bien que c'est le gouvernement qui ouvre ou ferme les valves du financement?

[*Translation*]

that Radio–Canada had become a hotbed of separatism, decided to cut back the corporation's budget. When Mr. Mulroney came to power, he almost demanded your resignation, but you decided you wouldn't resign and remained in your position. And yet, the CBC budget underwent cuts every year.

When you were president, you gave Mr. Trudeau airtime supposedly to address the nation, and you also made airtime available to the opposition parties. CBC continues to provide free airtime, but only at 1:30 in the morning, when no one is listening anyway.

However, as the referendum on the Charlottetown agreement approached, the decision was made to clean house within the program Le Point, and an editor–in–chief position was created that had not existed before. Mr. Pelletier, a good Liberal, son of the former ambassador and former deputy minister under the Trudeau government, was appointed to the position.

During the last Parliament, we got to know a couple of Liberal MPs very well, including Mr. Boudria and Mr. Lapierre, because they appeared practically every night on *Le Point*. Now, with the change of government, Bloc Québécois members are rarely interviewed on *Le Point*, and when they are, they are not facing anyone else, as it would appear that nobody wants to take part in a program in which the Bloc Québécois is appearing.

Having said that, are you really in a position to say that the CBC is not subject to political pressure, when you know full well that the decision to increase or decrease its funding is a government decision and a government decision alone?

• 1020

M. Juneau: Vous avez soulevé une vingtaine de points.

Mme Tremblay: C'était des exemples.

M. Juneau: C'est ça, c'était des exemples. Sur la question des interventions politiques, je dis dans mon texte que j'ai été président de Radio–Canada pendant cinq ans avec un gouvernement conservateur et deux ans avec un gouvernement libéral. J'ai dit dans mon texte que personnellement, je n'ai jamais expérimenté de pression de la part d'aucun ministre ni d'aucun député de quelque parti que ce soit, en tous les cas, pas de pressions obscures ou cachées.

J'ai vu dans la presse et j'ai entendu au Parlement des députés de tous les partis se lever et protester contre Radio–Canada. C'est de bonne guerre et ça fait partie de la liberté d'expression. Je n'ai jamais reçu de coup de téléphone d'un député me disant: «je voudrais. . . je vais passer demain. . . je fais telle conférence et je voudrais que vous veniez et que Radio–Canada vienne. . .» Je n'ai jamais eu de coup de téléphone de ministre me disant: «il ne faudrait pas parler de telle chose. . .», jamais, ni des ministres conservateurs d'ailleurs.

Je dis aussi dans mon texte, cependant, que les décisions budgétaires sont prises au Conseil du Trésor par des ministres et que ces décisions sont influencées par leur humeur. Ils sont souvent fâchés ou contrariés; moi aussi je l'étais souvent, quand la presse dit des choses sur eux, car on voudrait, bien sûr, que la presse dise toujours du bien et jamais du mal de nous.

Mr. Juneau: You raised about twenty different points there.

Mrs. Tremblay: I just wanted to give you some examples.

Mr. Juneau: Yes, some examples. On the question of political intervention, I point out in my brief that I was President of the Canadian Broadcasting Corporation for five years under a Conservative government, and for two years, under a Liberal government. I also stated in my brief that I personally was never pressured by any minister or any member of any political party, and certainly in any hidden or indirect fashion.

I have read articles in the press and heard members of Parliament from all the parties rise and criticize the CBC. But there's nothing wrong with that; that is what freedom of expression is all about. But I never received a call from any member of Parliament saying: "I would like you to do this, or I'm having a conference and I would like you to be there, or the CBC to be there. . ." Never did I get a call from a minister asking me not to talk about a particular subject—never, not even from Conservative ministers.

I also state in my brief, however, that budget decisions are made within Treasury Board by ministers, and that those decisions are affected by their mood. They may well be angry or upset about things at times—I know I was myself—and particularly when they read things in the press about themselves that they don't like, because obviously we would like the press to always say nice things about us.

[*Texte*]

Je sais donc, par toutes sortes de témoignages, qu'au Conseil du Trésor, la colère des ministres ne peut pas ne pas avoir d'influence sur les décisions budgétaires qu'ils prennent. S'il y avait un budget pluriannuel, ils se fâcheraient quand même, mais le budget serait décidé pour cinq ans. Alors, ils auraient le temps de se calmer, et il faut reconnaître qu'ils sont beaucoup plus raisonnables quand ils sont calmes, et ils reconnaissent alors qu'ils se sont laissés emporter.

Cependant, il faut remarquer que tout ce qui protège la liberté d'expression des journaux et des journalistes, tant dans les journaux que dans les radiotélévisions privées, aussi bien que Radio–Canada, c'est, non seulement la loi, mais aussi toute la culture journalistique. Je pense que dans l'ensemble, les journaux, les postes de radio et de télévision ainsi que Radio–Canada, ont une tradition journalistique qui fait que même si on voulait intervenir, même si le président lui–même voulait intervenir, il serait très mal reçu.

Je voudrais quand même préciser que Radio–Canada n'a pas subi de coupures jusqu'en 1984. Les budgets annuels étaient augmentés de façon assez régulière.

Mme Tremblay: Ce sont les conservateurs qui ont commencé à couper.

M. Juneau: Oui c'est en 1984 que les coupures ont commencé. Une autre chose que je voudrais préciser pour le dossier, c'est la demande que le Premier ministre avait formulée. Qu'il ait eu raison ou tort de faire cette demande, la loi prévoit que le Premier ministre a le droit de faire de telles demandes. Il faudrait changer la loi si on veut arrêter cela.

Le président: Pour des émissions concernant l'économie. . .

Mme Tremblay: . . .concernant l'État.

M. Juneau: Pour des messages importants pour la nation. Alors, essayez donc décider si le message du Premier ministre est ou n'est pas important pour la nation.

Mme Tremblay: J'ai lu avec beaucoup d'intérêt que «les régions du Canada sont autant la clé du succès de Radio–Canada que du pays lui–même. Nous avons nos racines dans les régions du Canada. . .»

M. Juneau: Vous avez vu que je n'ai pas changé d'idée, madame.

Mme Tremblay: Oui, mais on ne dira jamais assez que nos régions sont nos racines et que sans elles le Canada dépérirait et Radio–Canada aussi. Vous avez été président jusqu'en 1989. Vous avez centralisé Radio–Canada. . .

M. Juneau: C'est vous qui l'affirmez.

Mme Tremblay: C'est–à–dire qu'on vous attribue ce grand mérite de l'avoir bien centralisé et d'avoir apporté des réformes quand vous êtes arrivé comme président.

• 1025

Très honnêtement, dans les régions, on sent un certain mépris de Radio–Canada à l'égard des régions. Vous avez été président jusqu'en 1989. M. Veilleux vous a remplacé et dès son arrivée, plusieurs régions ont subi des coupures.

[*Traduction*]

I also know, through many different sources, that within Treasury Board, a minister's bad temper cannot help but influence the budget decisions he may make. However, if a multi–year funding scheme were to be introduced, even though they might still get into a bad mood from time to time, at least the CBC's budget would be set for the next five years. They would have time to calm down, and I think everyone would agree that ministers are a lot more reasonable when they are calm; they can recognize that they may have gotten carried away.

However, I think it's important to point out that freedom of expression in the newspapers and in both public and private television is protected not only by the law, but by the journalistic culture in this country. I think that on the whole, newspapers, radio and television stations and the CBC have a journalistic tradition such that even if we wanted to intervene, even if the president himself were to try to intervene, he would get a very poor reception.

I do also want to point out that the CBC's budget was never cut before 1984. On the contrary, its annual budget was fairly regularly increased.

Mrs. Tremblay: I believe it was the Conservative government who started the cutting.

Mr. Juneau: Yes, it was indeed in 1984 that the cuts began. One other thing I would like to point out for the record is that the Prime Minister made the request to address the nation. Whether he was right or wrong to do so, the law provides that the Prime Minister can make such a request. I think we will have to change the legislation if we want that to stop.

The Chair: For questions relating to the economy. . .

Mrs. Tremblay: . . .that relate to the national government.

Mr. Juneau: Yes, whenever there is an important message to be conveyed to the nation. And just try to figure out whether a Prime Minister's message is important or not for the nation.

Mrs. Tremblay: I read with great interest your statement to the effect that: "The regions of Canada hold the key to the success not only of the entire nation, but of the CBC. We have our roots in every region of the country. . ."

Mr. Juneau: As you can see, my views in that regard have not changed.

Mrs. Tremblay: Yes, and we can never state often enough that our roots are in the regions, and that without those regions, not only Canada but the CBC would fail. You were President of the Corporation until 1989. You took it upon yourself to centralize the CBC's operations. . .

Mr. Juneau: Well, that seems to be your view, at least.

Mrs. Tremblay: What I mean is that you are credited with having centralized its operations effectively and having made specific reforms when you became President of the Corporation.

Quite frankly, in the regions, one feels a certain contempt of the part of CBC. You have been CBC's President until 1989. Mr. Veilleux replaced you and immediately, several regions were cut.

[*Text*]

M. Juneau: Oh!

Mme Tremblay: Est–ce que c'est vous qui aviez préparé les coupures ou bien ont–elles été improvisées par M. Veilleux? Et est–ce que vous pensez qu'il y aurait des solutions aujourd'hui, dans la conjoncture actuelle, pour redonner de la voie aux régions? Est–ce qu'il y a une solution? Est–ce que vous en voyez une?

M. Juneau: La solution, il faut bien le dire, est financière. Je trouve qu'il ne faut pas se leurrer.

Mme Tremblay: Vous savez que Radio–Canada n'a rien économisé en se coupant des régions, ça c'est prouvé. On n'a rien économisé.

M. Juneau: C'est prouvé par qui?

Mme Tremblay: C'est prouvé par des chiffres qui n'ont jamais été démentis.

M. Juneau: Vous savez, j'ai lu dans les rapports du Comité toute sortes d'affirmations. Tout le monde vient affirmer, devant le Comité, des chiffres qui ne sont pas vérifiés. Vous avez les moyens, vous pouvez vérifier avec le vérificateur général, vous disposez de toutes sortes de moyens pour vérifier les chiffres. Il s'est dit, devant le Comité, des balivernes concernant les chiffres, et par des gens qui ne connaissent pas grand–chose aux chiffres.

Alors, il faudrait me donner un cas précis pour que je puisse y répondre. Personnellement, j'étais contre la fermeture des régions. Mais avant de dire que ça n'a pas permis de faire des économies, il faudrait le vérifier. Faites donc faire des études par le comptable.

Mme Tremblay: Mais c'est justement le gros problème qu'on a avec Radio–Canada. . .

M. Juneau: Mais faites–les vérifier par des comptables.

Mme Tremblay: . . .c'est qu'il n'y a pas de transparence dans les chiffres. C'est très difficile d'obtenir cela.

M. Juneau: J'ai ici un article du *Globe & Mail* qui dit que le rapport annuel de Radio–Canada. . .

Mme Tremblay: Est bien fait.

M. Juneau: . . .est un des meilleurs au pays, un des six meilleurs de tous les rapports publiés!

Mme Tremblay: Ah! Oui. C'est le *Globe & Mail* qui dit cela.

Le président: On va passer à Jan Brown.

M. Juneau: Il est certain qu'il est dommage de couper les régions. J'ai comparu devant le CRTC à ce moment–là pour dire que c'était absolument regrettable et que c'était le début d'un glissement de Radio–Canada vers sa perte.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I'm going to ask my questions not all at once this morning. It has been my practice here. I mentioned to Alain Pineau that I give a whole series of questions, and he said it sometimes makes it very difficult to make a reasoned response.

Mr. Juneau: And to remember them all.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): That's right. So I'll go through them one at a time.

I'm going to make some general comments, and then I would like you to comment on the mandate.

[*Translation*]

Mr. Juneau: Oh!

Mrs. Tremblay: Had you prepared these cuts or is that Mr. Veilleux's idea? And do you think there will be new options today, in the situation we know today, to give a new voice to the regions? Is there a solution? Do you see one?

Mr. Juneau: I would have to say that the solution is a financial one. I think we can't kid ourselves.

Mrs. Tremblay: You know that CBC hasn't saved any money by cutting the regions, it is proven. You haven't saved anything.

Mr. Juneau: It's proven by whom?

Mrs. Tremblay: It's proven by the numbers which have never been denied.

Mr. Juneau: I've read in the committee's reports all kinds of things. Everybody comes in front of this committee and give numbers that haven't been verified. You have the means, you can check with the Auditor General. You have all kinds of means to check the numbers. All kinds of nonsense has been said before the committee about the numbers by people who don't know anything about numbers.

You should give me a particular case so that I could answer you. Personally, I was against the cuts in the regions. But before saying that it didn't allow us to save money, you should check. Have your accountant make reviews.

Mrs. Tremblay: But that's exactly the main problem with CBC.

Mr. Juneau: But have it checked by accountants.

Mrs. Tremblay: We don't have transparency as far as numbers are concerned. It is very difficult to obtain the right numbers.

Mr. Juneau: I have here an article from *The Globe and Mail* saying that the annual report from CBC. . .

Mrs. Tremblay: Is well done.

Mr. Juneau: . . .is one of the best in the country, one of the six best of all the published reports!

Mrs. Tremblay: Oh, yes. It is *The Globe and Mail* saying that.

The Chair: We are going to go to Jan Brown.

Mr. Juneau: It is true that it's a shame to make cuts in the regions. I appeared before the CRTC at that time to say that it was most unfortunate and that it was the beginning of the end for CBC.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je ne vais pas poser mes questions en une seule fois ce matin. C'est ce que j'ai l'habitude de faire. J'ai mentionné à Alain Pineau que je pose trop de questions à la fois et qu'il est parfois très difficile de donner une bonne réponse.

M. Juneau: Et de se les rappeler toutes.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): C'est exact. C'est pourquoi je les poserai une à la fois.

Je vais d'abord faire quelques observations générales et j'aimerais ensuite que vous me parliez du mandat.

[*Texte*]

First, on the Liberal red book, despite the fact that I believe these are broad motherhood statements, you appear to have great faith in them. Yet we are facing a financial and fiscal crisis in Canada we just can't ignore.

The second thing I want to say is that we are dealing with taxpayers' dollars. Despite the fact that these appropriations come from government, they are from the Canadian taxpayers. They are really the ones who are funding the CBC and therefore will expect good value for their money.

I'm not saying they aren't. It's just that we have to acknowledge the fiscal reality of what we are facing.

I'm going to read something back to you from page 19. It says:

> How could one argue that a government who believes it must drastically reduce its annual deficit—this being the government's right—should exempt the CBC from further budget cuts or improve it's funding? This is an embarrassing question. . .

It's not an embarrassing question; it's just a fiscal reality. We don't have the money to give such a huge appropriation to the CBC any longer.

Having said all that, I want to move to the mandate. On page 10 you have said that what is needed is a new interpretation. I'm having a real problem with that, because then you refer to Mr. Manera and his comments, and how he is looking at continuing the status quo. With all due respect to Mr. Manera, he is not looking at a new interpretation of the mandate; he is looking to sustain the status quo.

I want you to talk a little bit about what you meant by a new interpretation of the mandate, because I've come back many times to the issue of the mandate. I think the mandate needs to be changed. I'd like you to comment on the concept of a new interpretation.

• 1030

Mr. Juneau: It all depends what we mean by the mandate. In my vocabulary it means what Parliament has decided. It's what's written in the act, and the act goes back to 1991. It's a relatively new act. It was not passed with a great deal of controversy, on the whole. There may have been debates on certain points, but certainly not on the mandate, anyway.

Actually, when I appeared before the CRTC when they were closing down 11 stations, I told the CRTC it had no power to apply that policy because the act was so specific about the necessity to serve the particular needs of the regions. I think that is about the exact wording. I told them that maybe they should say that had to be done, but because Parliament has said regions have to be served, if they didn't want the regions to be served, if they wanted us to close down 11 stations, they should change the act.

So if Parliament wants to say from now on there will be one voice speaking out of Toronto in English and one voice speaking out of Montreal in French for the whole country, I don't think it's good policy—but it's up to Parliament to decide.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I want to come to some of the changes you've suggested. Please don't be offended when I say that in my opinion I don't think these are changes at all but vague tinkering with current programming structures. Specifically I'm going to ask you four things.

[*Traduction*]

Premièrement, le Livre rouge des Libéraux: bien que j'estime qu'il s'agisse de déclarations générales, vous semblez y accorder beaucoup de foi, et pourtant nous faisons face au Canada à une crise financière et budgétaire que nous ne pouvons pas négliger.

La deuxième chose que j'aimerais dire, c'est qu'il s'agit de l'argent des contribuables. Même si ces crédits viennent du gouvernement, ce sont les contribuables canadiens qui payent. Ce sont eux qui financent la SRC, et par conséquent ils veulent en avoir pour leur argent.

Je ne dis pas que ce n'est pas le cas. Mais simplement que nous devons reconnaître la réalité financière.

Je vais citer un passage de votre texte, page 21. On dit:

> Comment peut–on plaider qu'un gouvernement qui croit devoir réduire vigoureusement son déficit annuel—et c'est son droit—devrait exempter la Société Radio–Canada de nouvelles coupures ou devrait améliorer son financement? Ça paraît en effet gênant. . .

Ce n'est pas gênant; c'est simplement une réalité financière. Nous n'avons pas l'argent pour accorder des crédits aussi énormes à la SRC.

Cela dit, j'aimerais passer au mandat. À la page 11, vous avez dit que nous avons besoin d'une nouvelle interprétation. Cela me pose un vrai problème dans la mesure où vous vous reportez à ce qu'a dit M. Manera sur le fait qu'il envisage de garder le statu quo. Sans vouloir offenser M. Manera, il ne cherche pas une nouvelle interprétation du mandat; il cherche à maintenir le statu quo.

J'aimerais parler un peu de ce que vous entendez par une nouvelle interprétation du mandat, car je suis revenue à maintes reprises sur cette question. Je crois que le mandat doit être modifié. J'aimerais que vous me parliez de ce concept d'une nouvelle interprétation.

M. Juneau: Tout dépend de ce que l'on entend par mandat. Dans ma terminologie, c'est ce que le Parlement a décidé. C'est ce qui écrit dans la loi, et cette loi remonte à 1991. C'est une loi relativement nouvelle. Elle a été adoptée sans trop de controverse dans l'ensemble. Il y a eu quelques débats sur certains points, mais pas sur le mandat en tout cas.

En fait, lorsque j'ai comparu devant le CRTC, au moment où on fermait 11 stations, j'ai dit au CRTC qu'il n'avait pas le pouvoir d'appliquer cette politique parce que la loi était très précise quant à la nécessité de répondre aux besoins particuliers des régions. Je pense que c'est la formule exacte. Je leur ai dit qu'ils devraient peut–être déclarer que c'était la chose à faire, mais dans la mesure où le Parlement avait décidé que les régions devaient être desservies, si le CRTC décidait que les régions ne pouvaient plus être desservies, décidait de fermer 11 stations, il fallait modifier la loi.

Donc, si le Parlement souhaite qu'il y ait désormais une seule voix à partir de Toronto en anglais et une seule voix à partir de Montréal en français pour représenter l'ensemble du pays, je ne crois pas que ce soit une bonne politique—mais c'est au Parlement de décider.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): J'aimerais en venir à certains des changements que vous avez proposés. Veuillez ne pas vous offusquer si je dis qu'à mon avis ces changements ne sont qu'un remaniement général de la structure actuelle de la programmation. Je vais vous demander précisément quatre choses.

[*Text*]

You talked about an increase in children's programs. I'd like to ask why, and how. We had a group of interveners who came here to speak to us about children's television programming. I happen to think children's television programming is very important. The particular panel got very short shrift, unfortunately, because of time and all the rest of it. They were tacked on to the tail end of the presentation, and they indeed acknowledged they felt tacked on to the end of the presentation. They said, "Well, that's really where children's programming has virtually ended up anyway in Canada—at the tail end of everything, a last consideration".

That's an interesting suggestion in terms of all of the suggestions you have made for change, because that is one I would like to hear about. I think the others are vague, somewhat tinkering with the system, but this particular issue is an important one.

Mr. Juneau: Well, I won't answer your point—

Mrs. Brown (Calgary Southeast): That's okay. It's my opinion.

Mr. Juneau: —right now. I'll first deal with your main question: Why is it important?

The Chair: I would observe that you've been tacked on to the end of this session, as well, you see. You're the second half.

Mr. Juneau: With regard to why it is important, I'm not an expert, so I won't give you a broad philosophical, sociological, psychological answer. I'll just say that if you speak to any parent of my age in French Canada, French–speaking Canada, or any of their children, who are usually between 30 and 40, they will inevitably tell you how they have been marked by the children's programming of the French network of the CBC. The CBC had a remarkable record of children's programming, particularly at that period. It's probably still not bad, but it was so good that the other day I was watching some of my grandchildren at three and four years old watching cassettes produced in the 1960s of children's programs. These programs are still attracting an enormous concentration of attention by young children. When you see all the trash that is being provided for children elsewhere, it seems to me it doesn't need a big demonstration to—

Mrs. Brown (Calgary Southeast): The point I'm trying to make here, though, is that the mandate of the CBC is to promote more who we are as Canadians.

• 1035

The question I want to ask you is how you see this connection between children's programming, increasing children's programming, and the mandate of the CBC as it now stands, which is to educate, inform, and unify; to provide that element of who we are as Canadians through children's programming? That was really why I wanted to ask the question.

Mr. Ianno (Trinity—Spadina): Mr. Juneau, thank you for coming here before us.

I'm very impressed with some of the recommendations you're making. I think it hits some of the key points many other witnesses have tried to make. You've done it well.

[*Translation*]

Vous avez parlé d'une augmentation du nombre d'émissions pour enfants. J'aimerais vous demander pourquoi et comment. Un groupe d'intervenants est venu nous parler de la programmation télévisée pour enfants. Je pense personnellement que les émissions de télévision pour enfants sont très importantes. Ce groupe a été malheureusement traité sans ménagement, par manque de temps et tout le reste. Ils sont passés en dernier et ont effectivement déclaré qu'ils se sentaient relégués à la fin des exposés. Ils nous ont dit: «C'est exactement là que se trouvent les émissions pour enfants aujourd'hui au Canada de toute façon—au dernier rang.»

C'est donc une suggestion intéressante parmi toutes celles que vous avez faites, et c'en est une dont j'aimerais vous entendre parler. Je pense que les autres sont vagues, un remaniement du système, alors que cette question en particulier est importante.

M. Juneau: Je ne vais pas répondre à votre observation. . .

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Cela ne fait rien. C'est mon opinion.

M. Juneau: . . .pour le moment. Je répondrai d'abord à votre question principale: pourquoi est–ce important?

Le président: Je ferai remarquer que l'on vous a également relégué à la fin de la séance. Vous êtes dans la seconde moitié.

M. Juneau: En ce qui concerne l'importance de cette proposition, je ne suis pas un expert; donc, je ne vous donnerai pas une réponse philosophique, sociologique ou psychologique. Je dirai simplement que si vous parlez à des parents de mon âge au Canada français, au Canada francophone, ou à leurs enfants, qui ont entre 30 et 40 ans en général, ils vous diront inévitablement à quel point ils ont été marqués par les émissions pour enfants du réseau français de la SRC. La SRC a produit d'excellentes émissions pour enfants, en particulier à cette époque. Elles sont encore probablement assez bonnes, mais les émissions d'alors étaient si bonnes que l'autre jour j'ai vu certains de mes petits–enfants de trois et quatre ans regarder des cassettes produites dans les années soixante. Ces émissions attirent encore beaucoup les jeunes enfants. Lorsqu'on voit les inepties qui sont présentées ailleurs pour les enfants, il n'est pas nécessaire de faire une grande démonstration pour. . .

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Ce que je voulais dire cependant, c'est que le mandat de la SRC est de promouvoir davantage l'identité canadienne.

Comment voyez–vous ce lien entre les émissions pour enfants, l'augmentation du nombre d'émissions pour enfants et le mandat de la SRC tel qu'il existe actuellement, c'est–à–dire éduquer, informer et unifier; promouvoir cette identité canadienne par le biais des émissions pour enfants? C'est ce que je voulais vous demander plus précisément.

M. Ianno (Trinity—Spadina): Monsieur Juneau, merci de comparaître devant le comité.

Je suis très impressionné par certaines des recommandations que vous faites. Je pense qu'elles correspondent à certains des points importants que beaucoup d'autres témoins ont essayé de soulever.

[*Texte*]

I'm intrigued by your opinion on advertising dollars and less advertising on the CBC. Do you believe it should be totally cancelled?

Mr. Juneau: I don't think it can be done, because the amount of money is too large. You've had all those figures, so you know. I don't think it's realistic to expect that the CBC would stop counting on any commercial revenue.

Mr. Ianno: But if you had your way. . .?

Mr. Juneau: If it could be done, yes, I think it would be better, for all the same reasons, but for more of the same reasons, so to speak. But in the circumstances, it would be difficult enough to reduce advertising by a large percentage. For financial reasons, it wouldn't be realistic.

If in your work you suddenly find a considerable source of additional revenue somewhere, yes, it would be better. I think the BBC is still the best example of public television in the world, and one of the reasons is that there is no advertising. When you start including advertising as a source of revenue, there is an inevitable tendency to say, when you lack more resources, let's do a little more advertising. That's what the Treasury Board told me.

Mr. Ianno: I see.

I was also tickled by your approach in saying the Treasury Board and finance department have the experts. I have yet to see the experts forecast anything with certainty in the way it always comes out. So let us delve into their field for a moment.

Earlier I spoke about how you were looking at broadcasting to the Third World and probably the future of broadcasting overall, even in the developed nations. How do you see the CBC being able to raise funds, taking into account where the future of broadcasting is going; for example, cable fees, video rentals, electronic sales, satellite usage, pay–per–view, etc.?

About the specific amounts of money, no, we don't know, because we don't know what it all entails in amounts of the market, but do you see that as a possibility for recapturing possibly the $300 million–plus, taking the advertising dollars away, which in effect will give the private sector an opportunity to make a profit and then hopefully get some tax revenues from that, yet still give Canadians in Rimouski and elsewhere the opportunities to express their views to Canadians?

Mr. Juneau: I'm not sure I get the point.

Mr. Ianno: You were speaking about the 11 locals that were closed being negative to the CBC overall.

Mr. Juneau: Yes.

Mr. Ianno: If additional funds are coming in, then possibly some of the things you thought were worthwhile could be revisited, if there were enough funds. How do we find additional funds, and do you see the things I mentioned as viable?

Mr. Juneau: Which things?

[*Traduction*]

Je suis intrigué par votre point de vue sur les fonds consacrés à la publicité et la diminution de la publicité à la SRC. Pensez–vous que l'on devrait la supprimer complètement?

M. Juneau: Je ne pense pas que ce soit possible en raison du montant en cause. Vous avez vu tous les chiffres; donc, vous savez ce qu'il en est. Je ne pense pas qu'il soit réaliste de s'attendre à ce que la SRC cesse de compter sur ses recettes publicitaires.

M. Ianno: Mais si vous pouviez décider. . .?

M. Juneau: Si c'était possible, oui, je pense que ce serait préférable, pour toutes les mêmes raisons, et encore plus pour ces raisons mêmes, si je peux dire. Mais dans les circonstances actuelles, il serait assez difficile de réduire la publicité de façon importante. Pour des raisons financières, ce serait irréaliste.

Si l'on trouvait tout d'un coup une source considérable de recettes supplémentaires, oui, ce serait préférable. Je pense que la BBC est encore le meilleur exemple de télévision publique dans le monde, et la raison pour laquelle il en est ainsi, c'est qu'elle n'a pas de publicité. Lorsque l'on inclut la publicité comme source de revenu, on a inévitablement tendance à vouloir en diffuser davantage si les autres ressources vous manquent. C'est ce que le Conseil du Trésor m'a dit.

M. Ianno: Je vois.

J'ai été également intrigué quand vous avez dit que le Conseil du Trésor et le ministère des Finances ont les experts voulus. Je n'ai encore jamais vu des experts prévoir quoi que ce soit avec certitude qui se soit concrétisé. Creusons donc ce domaine pour un moment.

Vous avez parlé un peu plus tôt de la façon dont vous envisagez la radiodiffusion dans le tiers–monde et l'avenir de la radiodiffusion dans son ensemble, même dans les pays développés. Comment pensez–vous que la SCR puisse obtenir des fonds, compte tenu de l'évolution de la radiodiffusion; par exemple, l'abonnement au câble, les locations de vidéos, les ventes d'équipement électronique, l'utilisation des satellites, la télévision à péage, etc.?

En ce qui concerne les montants particuliers, nous ne savons pas, car nous ne savons pas ce que cela implique pour le marché, mais pensez–vous que ce soit une possibilité de récupérer éventuellement les 300 millions de dollars et plus, sans compter la publicité, ce qui donnera en fait au secteur privé la possibilité de faire des profits et permettra au gouvernement d'en retirer des recettes fiscales, tout en donnant aux Canadiens de Rimouski et d'ailleurs la possibilité d'exprimer leurs points de vue aux Canadiens?

M. Juneau: Je ne suis pas sûr de très bien comprendre.

M. Ianno: Vous disiez que la fermeture des 11 stations n'était pas une bonne chose pour la SRC dans son ensemble.

M. Juneau: Oui.

M. Ianno: S'il y avait des fonds supplémentaires, il est possible que certaines des solutions que vous avez envisagées puissent être réexaminées, s'il y avait suffisamment d'argent. Comment trouver des fonds supplémentaires, et pensez–vous que les choses dont j'ai parlé sont viables?

M. Juneau: Quelles choses?

[*Text*]

Mr. Ianno: The alternate fees, such as the cable fees for replacing the CBC advertising dollars, etc.

Mr. Juneau: As I said in my remarks, when I prepared these notes and asked myself what I would bring to the committee, I did not attempt to deal with that question, because frankly, this has been going on for so long.

• 1040

First, I'm not a fiscal expert, and it is a fiscal matter. What can be done through a levy, through the CRTC? What cannot be done by the CRTC because it would require a law that would involve the Department of Finance and Parliament? It's a very complicated matter.

As I said very briefly in my remarks, it was in the red book. The minister has been concerned about it and you have been concerned about it. Why hasn't the government come up with technical answers to that problem? I really think there may be some witnesses who have appeared before you who know that area well. But the idea of a further levy on cable, and further levies on other forms of distribution, is a very difficult matter.

One thing that is worrisome at the moment is that for a number of years the development of the communications industry has been technology–driven. It is still that way. The people who are interested in the development of that technology hope somebody else will provide the material. Telephone conversations don't cost Bell Canada anything. We provide the content. In the cable industry, the content costs them hardly anything; there are some community programs.

Now the telephone companies are going to get into the distribution of audio–visual material. They are not going to produce any audio–visual material. They hope they will be distributing something that will come out of somewhere. There's a lot of excitement about the development of the information highway, but it's getting to the point where it's really boring. Everybody is riding on that bandwagon. I can't stand it any more.

Everyone is excited about the information *autoroute*, but again, it's the technology that will drive it. Lo and behold, entertainment will be the push. The telephone companies are now talking about the importance of cultural sovereignty. They are going to get into the distribution of programs of various kinds, like all the others. Are they going to produce anything? Will they be in the economics of that new development?

Experts should look at the ways we could transfer some of the money that technology will produce to finance content. I have thought that since 1970.

The Chair: We have 15 minutes and there's another meeting coming in here at 11 a.m. We have a number of people who would like to speak, and I also have two announcements to make.

First, CBC representatives will be appearing Thursday, December 1, from 9 a.m. to 12 a.m., for the last response to witnesses. That will be in Room 253–D, Centre Block.

[*Translation*]

M. Ianno: Les autres frais, comme l'abonnement au câble pour remplacer les recettes publicitaires de la SRC, etc.

M. Juneau: Comme je l'ai dit dans mes observations, lorsque j'ai préparé ces notes et que je me suis demandé ce que je dirais au comité, je n'ai pas essayé d'aborder cette question, car, franchement, c'est une situation qui dure depuis trop longtemps.

Tout d'abord, je ne suis pas un expert financier, et c'est une question financière. Qu'est–ce qui est possible au moyen d'un droit, par l'intermédiaire du CRTC? Qu'est–ce qui n'est pas possible au CRTC parce que cela exigerait une loi et la participation du ministère des Finances et du Parlement? C'est une question très compliquée.

Comme je l'ai dit très brièvement dans mes remarques, la question a été traitée dans le Livre rouge. Le ministre s'en inquiétait, et vous vous en inquiétiez également. Pourquoi le gouvernement n'a–t–il pas trouvé des réponses techniques à ce problème? Je pense sincèrement que certains des témoins qui ont comparu devant vous connaissent très bien le domaine. Mais l'idée d'un nouveau droit pour le câble et de nouveaux droits pour d'autres formes de distribution est une question très difficile.

Ce qui est inquiétant pour le moment, c'est que depuis un certain nombre d'années l'industrie des communications se développe dans un contexte technologique. C'est encore la même chose actuellement. Ceux qui s'intéressent au développement de cette technologie espèrent que quelqu'un d'autre fournira le contenu. Les conversations téléphoniques ne coûtent rien à Bell Canada. Nous fournissons le contenu. Dans l'industrie du câble, le contenu ne leur coûte pratiquement rien; il y a quelques programmes communautaires.

Les compagnies de téléphone vont bientôt se lancer dans la distribution de documents audiovisuels. Elles ne vont pas produire le contenu. Elles espèrent distribuer quelque chose qui viendra de quelque part. On parle beaucoup de l'autoroute de l'information, mais on arrive au point de saturation. Tout le monde veut participer. Je ne peux plus en supporter l'idée.

Tout le monde se passionne pour l'autoroute de l'information, mais là encore, c'est la technologie qui en sera le moteur. Mais, oh miracle! C'est le divertissement qui permettra au moteur de tourner. Les compagnies de téléphone parlent maintenant de l'importance de la souveraineté culturelle. Elles vont se lancer dans la distribution d'émissions de toutes sortes, comme tous les autres. Vont–elles produire quelque chose? Vont–elles contribuer à cette nouvelle évolution?

Des experts devraient se pencher sur les moyens de transférer une partie des fonds que la technologie produira pour financer le contenu. C'est mon avis depuis 1970.

Le président: Nous avons 15 minutes avant qu'une autre réunion ne commence ici à 11 heures. Un certain nombre de gens aimeraient parler, et j'ai également deux annonces à faire.

Premièrement, les représentants de la SRC comparaîtront jeudi, le 1er décembre, de 9 heures à midi pour la dernière audition des témoins. Cette réunion aura lieu dans la salle 253–D de L'Édicice du centre.

[*Texte*]

Tonight, in case you missed it, Bill C–53, the reorganization of the department, is coming to the vote at the House at 5:30 or 5:45 p.m.

Mme Tremblay: Je vais laisser M. de Jong parler.

• 1045

Mr. de Jong: Thank you very much.

I wanted to ask a supplement because the conversation had developed an interesting turn, with the newer technologies. Some of the new entrants, such as the Telecoms, want to provide the new technologies, other ways of transmitting and getting the programs through. But where are the programs going to come from? It has been suggested by some before this committee that perhaps the CBC should get out of competing in the area of providing the programming, doing the technical bit, running the transmission lines, etc., and just get into the area of producing programs.

The Chair: I think what you meant was get out of distribution and stick to programming—

Mr. de Jong: Right.

The Chair: —or the production of programming.

Mr. de Jong: This would certainly create savings, and perhaps make clearer what the CBC should be doing.

Mr. Juneau: This idea has been bandied about for decades. I've never seen any realistic description of how it would be done and why it would save money. If it means CBC programs would be a bit like National Film Board films and the CBC would peddle its programs to private television companies, I don't think it would work. It is well known in the profession that a schedule is something that is very tightly built. You can't just say, well, how about putting my program on at 8:30 p.m., just before your program. My program might reduce the audience for your program. It's a well–known thing in broadcasting.

Therefore the CBC, like any private producer, would have to tailor its programs to the schedule of other distributors, who would be private distributors. Their interests would be in maximizing audiences and making a profit. So it wouldn't produce the same thing. It would really turn the CBC into a sort of private government–owned corporation, producing for private distributors.

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): I thought yours was an excellent presentation.

Mr. Juneau, in the English translation you talk about perhaps reducing the cost of broadcasting professional sports programs. How would you do that? When you speak of reducing the cost, are you talking about reducing the volume?

Mr. Juneau: I'm not suggesting reducing the cost, no.

Mr. Gallaway: That's what the translation says. That's why I wondered.

Mr. Juneau: Could you quote it? I have only my French text.

[*Traduction*]

Ce soir, au cas où vous ne le sauriez pas, le projet de loi C–53 sur la réorganisation du ministère fera l'objet d'un vote à la Chambre à 17h30 ou 17h45.

Mrs. Tremblay: I'm going to let Mr. de Jong speak.

M. de Jong: Merci beaucoup.

Je voulais poser une question supplémentaire, car la conversation est devenue intéressante lorsque nous avons abordé la question des nouvelles technologies. Certains des nouveaux intervenants, comme Télécom, veulent offrir les nouvelles technologies, d'autres moyens de transmettre les émissions. Mais d'où vont venir ces émissions? Certains sont venus dire devant ce comité que la SRC devrait peut–être se retirer de la programmation, s'occuper de l'aspect technique, des lignes de transmission, etc., et se contenter de produire les émissions.

Le président: Je pense que ce que vous voulez dire, c'est se retirer de la distribution et s'en tenir à la programmation. . .

M. de Jong: Oui.

Le président: . . .ou à la production des émissions.

M. de Jong: Cela permettrait certainement de faire des économies et de préciser le rôle de la SRC.

M. Juneau: Cette idée est brandie depuis des décennies. Je n'ai encore vu aucune description réaliste de la façon dont on pourrait s'y prendre et pourquoi cela permettrait d'économiser. Si les émissions de la SRC devenaient un peu comme les films de l'Office national du film et si la SRC faisait diffuser ses émissions par des compagnies de télévision privées, je ne crois pas que le résultat serait très bon. On sait très bien dans ce milieu qu'une grille horaire est quelque chose de très difficile à établir. On ne peut pas tout simplement dire: pourquoi ne pas placer mon émission à 20h30, juste avant la vôtre? Mon émission pourrait réduire l'auditoire de la vôtre. C'est un fait bien connu en radiodiffusion.

Par conséquent, la SRC, comme n'importe quel autre producteur privé, devrait concevoir ses émissions en fonction de la grille horaire d'autres distributeurs, qui seraient des distributeurs privés. Leur intérêt serait d'accroître au maximum leurs auditoires et de faire un profit. Donc, cela ne donnerait pas la même chose. La SRC deviendrait une sorte de société privée appartenant au gouvernement et produisant des émissions pour les distributeurs privés.

M. Gallaway (Sarnia—Lambton): J'ai trouvé que votre exposé était excellent.

Monsieur Juneau, dans la traduction anglaise vous dites que l'on pourrait réduire le coût de la diffusion des émissions de sports professionnels. Comment feriez–vous? Quand vous parlez de réduire les coûts, parlez–vous de réduire aussi le volume?

M. Juneau: Non, je ne suggère pas de réduire le coût.

M. Gallaway: C'est ce que la traduction dit. C'est pourquoi je me suis posé la question.

M. Juneau: Pourriez–vous me citer le passage? Je n'ai que mon texte français.

[*Text*]

Mr. Gallaway: Yes. It starts off by saying the CBC has the means to implement these changes and what we see on the CBC's television screen would be considerably modified. You list a number of changes, including perhaps reducing the cost of broadcasting professional sports programs.

Mr. Juneau: What I meant there is if the competition for programs were not as harsh as it is now, it might reduce the cost of rights; it might.

We're touching on some complex matters there. That's why I was careful in the way I expressed it.

Mr. Gallaway: Fine. I understand.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): On page 15 you mentioned your seventh change, which is to:

> Increase programs that are useful to various segments of the population. Due to the market share and advertising revenue concerns, the trend in television has been to reach the largest possible audiences throughout the spectrum of programs. Constituencies representing very important potential customer groups have tended to be left out.

Who are they? How and why could this have happened, given the mandate of the CBC and given that the CBC has been telling us over and over again it is there meeting the needs of Canadians and indeed it goes out and does this every single day?

Mr. Juneau: I've read the presentation of the president of the CBC. I think he acknowledges there are things that could be changed in the CBC. If you say it means you are not satisfied with everything going on, I'm satisfied with a lot of the things that are going on in the CBC. Many of things I would have liked to do when I was there I was not able to do, for a number of reasons.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): But these constituencies represent taxpayers, too.

• 1050

Mr. Juneau: Yes. I'm saying some of the programs are achieving that at the moment, but if the CBC was not constrained to the same extent by the need to earn advertising revenue and constantly to go for the largest possible audience, then there would be more room for programs that are not of that type. I'm not going to name any programs, because it's invidious, but I can think of a program that I find really not terribly important to have on the air. It's there, I think, because it can reach a large audience and because it produces revenue.

My mother was in a home for a number of years. After a while, she was not an invalid, but she wouldn't walk any more. We went to visit her and she was sitting there all the time. I thought: Could the CBC produce physical exercise programs not for husky young men and slight young women but for older people? Old people watch a lot of television.

Now, you don't make any money with that, and you don't get a large audience. I'm not suggesting that the CBC should go for 3% of the audience, but that's why I insist so much on the balance in the grid. If you were not constrained by commercial

[*Translation*]

M. Gallaway: Oui. On commence en disant que si la SRC avait vraiment les moyens d'apporter ces changements, ce que l'on voit actuellement sur les écrans de télévision de la SRC serait considérablement modifié. Puis vous énumérez un certain nombre de changements, y compris la réduction possible du coût de la diffusion des émissions de sports professionnels.

M. Juneau: Ce que je voulais dire, c'est que si la concurrence pour les émissions n'était pas aussi dure que maintenant, on pourrait réduire le coût des droits; ce serait possible.

Nous abordons ici des sujets très complexes. C'est pourquoi j'ai été très prudent dans ma façon de m'exprimer.

M. Gallaway: Très bien. Je comprends.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): À la page 17, vous parlez de votre septième changement, c'est–à–dire:

> augmenter les programmes qui rendent service à divers secteurs de la population. À cause de la préoccupation quant à la «part» de marché et quant aux recettes publicitaires on a eu tendance — à la télévision — à rechercher l'auditoire le plus élevé possible à travers toute la grille. On a oublié les «clientèles» qui pourtant représentent en puissance des «groupes d'abonnés» possibles très importants.

Qui sont–ils? Comment et pourquoi cela s'est–il produit, compte tenu du mandat de la SRC et du fait que celle–ci nous a dit à maintes et maintes reprises qu'elle doit répondre aux besoins des Canadiens et que, en réalité, c'est exactement ce qu'elle fait?

M. Juneau: J'ai lu l'exposé du président de la SRC. Je pense qu'il admet que des choses pourraient être changées à la SRC. Si vous dites que cela signifie que vous n'êtes pas satisfait de la situation, je dirais que je suis satisfait de bien des choses qui se font à la SRC. Je n'ai pas pu apporter bon nombre des changements que je voulais mettre en oeuvre à la SRC lorsque j'étais président, pour un certain nombre de raisons.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Mais ces clientèles représentent également des contribuables.

M. Juneau: Oui. Je dis que certaines émissions y parviennent actuellement, mais si la SRC n'était pas tenue à ce point d'obtenir des recettes publicitaires et de viser toujours le plus grand public possible, il lui serait plus facile de présenter d'autres types d'émissions. Je ne vais pas donner de titres, ce serait injuste, mais je songe à une émission en particulier qui ne paraît pas terriblement intéressante. Elle est diffusée, selon moi, parce qu'elle s'adresse à un vaste public et qu'elle produit des recettes.

Ma mère a été dans un foyer pendant plusieurs années. Au bout d'un certain temps, elle n'était pas invalide, mais elle ne marchait plus. Nous étions allés la voir, et elle restait là, assise, sans jamais bouger. J'ai pensé alors: la SRC pourrait–elle présenter des émissions de conditionnement physique qui s'adresseraient non pas à de jeunes gens musclés et à de jeunes femmes élancées, mais à des personnes plus âgées? Les personnes âgées regardent beaucoup la télévision.

Mais voilà, cela ne rapporte pas gros, et cela ne vise pas un très grand auditoire. Je ne veux pas dire que la SRC doit se contenter d'un taux d'écoute de 3 p. 100, mais c'est la raison pour laquelle j'insiste tant sur l'importance d'une grille

[*Texte*]

advertising, if you were not afraid to be assessed on that basis, even by politicians, if you were assessed more on your overall success with the population in general, then you'd take more risks. You'd do that type of thing.

Ms Brown (Oakville—Milton): In quoting Gérard Veilleux, you captured the conundrum we face as well in trying to balance the ideal of what we'd like to have and the practical problems of funding it. This is what we struggle with.

I particularly wanted to talk to you from the point of view of your tenure as a deputy minister in the Department of Communications, followed by your presidency of the CBC. I was taken by two points you make.

One is the point my colleague has raised; that is, the Department of Finance doesn't welcome amateurs. That makes you and I kindred spirits, because I've had that experience, too. But under another administration, while the dedicated minister was trying to come up with some answers for the conundrum he faced, the Treasury Board was sending him memos saying, "Prepare a budget with this much reduction", or whatever.

Over the period of time you served, would you say there was an augmentation in the importance or clout, or even nerve, of the finance department and Treasury Board vis–à–vis the other departments, or has it always been like that?

If you think of the department as a set of circles on the page, would you say the various ministers have equal clout, or would you say Finance has always done things such as send memos to deputy ministers to do something when the minister is saying, not to do something else, but, "Think about these things" when the Treasury Board says "Think about those things"? Is that new, or has that always been the case?

Mr. Juneau: Do I have to answer that?

The Chair: Absolutely.

Mr. Juneau: I guess I can, now that I'm not in government. I'm retired; I can say whatever I like.

The Chair: You have freedom of expression. You're the one who talked about freedom of expression.

Mr. Juneau: Let's face it, unless the Minister of Finance is convinced of the importance of dealing more fairly with what the red book says is so important, what the parliamentary committee on foreign affairs said is so important, and acknowledges that the CBC has been cut enormously already, more than the government as a whole proportionately, I don't think you'll have a great deal of success.

Ms Brown (Oakville—Milton): On the idea you have of reducing the amount of revenue brought into the CBC's treasury through advertising, from an ideal point of view I can see it. Like you, I would like to eliminate it altogether, but would it not be irresponsible of us to suggest such a move unless we know we have another clear idea of how to replace that much money?

[*Traduction*]

équilibrée. Si vous n'étiez pas limités par la publicité commerciale, si vous ne craigniez pas d'être évalués de ce point de vue–là, même par les élus, si vous étiez évalués davantage sur le taux d'appréciation générale dans la population, alors vous pourriez prendre davantage de risques. Vous pourriez vous permettre de présenter ce type d'émission.

Mme Brown (Oakville—Milton): En citant Gérard Veilleux vous avez très bien exprimé la difficulté que nous éprouvons à trouver le juste équilibre entre la programmation idéale que nous souhaiterions offrir et le problème très concret du financement. C'est là notre difficulté.

J'aimerais surtout que nous parlions de vos années comme sous–ministre aux Communications, puis de votre mandat à la présidence de la SRC. Deux choses m'ont particulièrement frappée dans ce que vous avez dit.

Il y a le point qu'a déjà soulevé mon collègue: c'est–à–dire que le ministère des Finances n'apprécie pas les amateurs. Je sympathise, car j'en ai moi–même fait l'expérience. Mais, sous une autre administration, tandis que le ministre responsable s'efforçait de trouver des solutions à ces problèmes, le Conseil du Trésor lui envoyait des notes de service disant: «Préparez–nous un budget réduit d'autant», par exemple.

Pensez–vous que pendant votre mandat le ministère des Finances et le Conseil du Trésor ont pris davantage de pouvoir, ou même de culot, par rapport aux autres ministères; ou cela a–t–il toujours été le cas?

Si l'on représentait le ministère comme un ensemble de cercles sur une page, diriez–vous que les divers ministres ont tous la même importance? Pensez–vous que le ministère des Finances a toujours envoyé aux sous–ministres des instructions, tandis que le ministre disait, non pas de faire le contraire, mais: «Pensez à ceci», et le Conseil du Trésor: «Pensez à cela»? Est–ce nouveau, ou cela a–t–il toujours fonctionné ainsi?

M. Juneau: Dois–je vraiment répondre?

Le président: Certainement.

M. Juneau: J'imagine que rien ne m'en empêche, maintenant que je ne fais plus partie du gouvernement. Je suis à la retraite; je peux dire ce que je veux.

Le président: Vous jouissez de la liberté d'expression. C'est vous qui avez parlé de liberté d'expression.

M. Juneau: Soyons franc; à moins que le ministre des Finances ne soit convaincu de l'importance d'un sujet que le Livre rouge met en relief, ou de ce que le Comité des affaires étrangères juge important, à moins qu'il ne reconnaisse que la SRC a déjà subi des restrictions énormes, largement supérieures à celles qui ont été infligées au reste du gouvernement, proportionnellement parlant, je doute que vous ayez beaucoup de succès.

Mme Brown (Oakville—Milton): Votre idée de réduire la part des recettes de la SRC provenant de la publicité, idéalement, c'est une bonne idée. Comme vous, je souhaiterais éliminer la publicité entièrement, mais ne serait–ce pas irresponsable de notre part de proposer cela maintenant, sans savoir exactement d'où viendrait l'argent?

[*Text*]

Mr. Juneau: Absolutely.

Ms Brown (Oakville—Milton): Okay.

Mr. Juneau: There's no question. You cannot take away $300 million and say to the CBC, run the CBC with $300 million less, plus the other cuts that might be made. I agree.

The other point, though, is that I am very much worried about the long–term—but not that long–term—effect of what is going on. The more the CBC has to program in order to get the largest possible audience and to compete with private broadcasters for those audiences, in order to get the revenue and so on, the more there is a risk that the taxpayers will say, well, is it that different? Is it worth $1 billion of government money for television?

I mean, let's keep radio. They like radio. They say radio is fine.

So there's an enormous danger there. I think it's a pretty sure way of killing the CBC in the not–too–distant future. It has started. When I was talking about constituencies, more and more constituencies are not fighting for the CBC, for that reason.

The Chair: I see one waiting chairman, I see two, maybe three waiting questioners, and I see four minutes. I have two very quick questions.

You cited the Broadcasting Act and you talked about the special needs of the regions. What that suggests to me is that those needs might be different, and I'm going to take one example.

It will be argued by the CBC that if they have to do it in one place, they have to do it in all places. The example would be the 6 p.m. television news and the 11 p.m. television news. It is clearly in the special interests and needs of regions that do not have other sources of news—Newfoundland, Prince Edward Island. It is not clear that in Toronto, where the 6 p.m. news show has an 8% market share and there are plenty of alternatives, and the distinctions, frankly, are minimal, that there is a special need.

So is it possible to interpret the Broadcasting Act really on a basis of special needs for the regions, which do not require us if we have to do it for the most needy that we have to do it for the least needy as well?

Mr. Juneau: The point is, Mr. Chairman, there are rules for the broadcasting profession as there are for any profession. You run a newspaper a certain way. There are laws about running newspapers and if you forget them, well, you're not likely to have a successful newspaper. I take the case of the CBC when they closed down Calgary. They said, well, it's going to be better, and I particularly objected to the fact that they said it's going to be better. About closing it or not closing it, well, maybe they had to do it for financial reasons. But they closed Calgary and they said, it's going to be better because we're going to cover the whole of Alberta. It's going to be provincial.

[*Translation*]

• 1055

M. Juneau: Tout à fait.

Mme Brown (Oakville—Milton): Bon.

M. Juneau: Cela ne fait aucun doute. Vous ne pouvez pas éliminer 300 millions de dollars de recettes et dire à la SRC, débrouillez–vous avez 300 millions de dollars de moins, sans compter les autres coupures qui pourraient intervenir. Je suis d'accord avec vous.

Mais je disais aussi que je suis très inquiet quand à l'effet à long terme, pas si long que cela, d'ailleurs, des interventions actuelles. Plus la SRC est obligée de viser le plus grand auditoire possible et de faire concurrence aux radiodiffuseurs privés pour obtenir les recettes publicitaires, plus on risque que les contribuables se disent un jour: «Quelle est la différence? Cette télévision vaut–elle que le gouvernement y consacre 1 milliard de dollars?»

Préservons la radio. Tout le monde aime la radio. Le public dit que la radio est très bonne.

Il y a donc là un énorme danger. C'est une méthode à peu près infaillible pour assurer la mort de la SRC à moyen terme. Le déclin a déjà commencé. Je parlais du groupe de clientèle: eh bien, ils sont de moins en moins nombreux pour se battre pour la SRC, pour cette raison même.

Le président: Je vois un président qui attend, je vois deux, peut–être trois députés qui voudraient poser des questions, et je vois que nous n'avons plus que quatre minutes. J'ai deux questions très brèves.

Vous avez cité la Loi sur la radiodiffusion et vous avez parlé des besoins spéciaux des régions. J'en déduis que ces besoins pourraient être différents, et je vais vous donner un exemple.

La SRC dira que si elle doit le faire pour une région, elle doit le faire partout. Prenons l'exemple des nouvelles de 18 heures et de 23 heures. C'est de toute évidence un des besoins et des intérêts spéciaux des régions qui n'ont pas d'autres sources d'information, telles Terre–Neuve ou l'Île–du–Prince–Édouard. C'est moins évident à Toronto, où les nouvelles de 18 heures ont un taux d'écoute de 8 p. 100, et où les possibilités ne manquent pas; soyons honnêtes, les différences sont minimes, et c'est là un besoin spécial.

Alors peut–on vraiment interpréter la Loi sur la radiodiffusion en fonction des besoins spéciaux des régions, ce qui ne veut pas dire que nous devons aussi offrir aux mieux nantis ce que nous offrons aux moins bien servis?

M. Juneau: C'est que, monsieur le président, il y a des règles dans la radiodiffusion, comme il y en a dans toute profession. On dirige un journal d'une certaine manière. Il y a des règles sur la manière de diriger un journal, et si on les oublie, on risque d'aller assez vite à l'échec. Prenons l'exemple de la fermeture des studios de la SRC à Calgary. On avait dit alors que cela irait encore mieux, et j'avais protesté contre cette affirmation. Quant à savoir s'il fallait fermer ou non, peut–être y avait–il des raisons financières. Mais quand on a fermé Calgary, on a dit que les choses iraient encore mieux parce qu'on couvrirait toute l'Alberta. On aurait une couverture provinciale.

[*Texte*]

People who knew about broadcasting said the audience in Calgary was going to plunge, and it did. But you know, worse than that, I was on the board of Electrohome at that time, and I spoke to our manager in Edmonton. He said, you're right, Calgary has plunged, Calgary has dived, but do you know what? Edmonton has also gone down. The people of Edmonton, although the station is there, think it's not their station any more.

If it's really going to be the national service, with all the nice things said in the act, people have to feel that the CBC belongs to them. If the CBC never talks about them. . . It's true that CTV might talk about them, CFTO might talk about them, but if the CBC in Toronto never talks about Ontario matters or even the greater Toronto region matters, then the people will say, well, it's not ours.

The Chair: I guess my only point was that, instead of making cuts that are blind and across the board, as was done the last time, regardless of the special needs of the region, maybe there was a case in Calgary for a highly successful show that clearly had captured market share and shouldn't have been cut. Maybe the same case could not be made in Vancouver, Montreal or Toronto.

• 1100

All I'm saying is that, in this day and age, one can play that "special needs" business two ways. I guess that's my only comment. One has to interpret what is needed, given the changing environment.

Mr. Juneau: You know, it's so complicated in one way, but it's so simple in another way.

Take your example. Say I agree with you that there are all types of English news services in Toronto. There is no French news service except the CBC. So are you going to keep a French operation in Toronto or Vancouver and not an English operation?

The Chair: It depends on what is a special need.

We could obviously have a long discussion on many of these points. We want to thank you for coming and stimulating our thoughts. We'll probably be back to you with more questions at some point. Thank you.

We are adjourned.

[*Traduction*]

Les gens qui s'y connaissent un peu en radiodiffusion ont prédit que la cote d'écoute à Calgary chuterait, et c'est ce qui s'est passé. Mais, il y a pire. À l'époque, j'étais membre du conseil d'administration d'Electrohome, et j'ai parlé à notre directeur à Edmonton. Il m'a dit oui, vous avez raison, il y a eu une chute du taux d'écoute à Calgary, mais savez–vous quoi? Il y a eu baisse aussi à Edmonton. Les gens d'Edmonton, même s'ils ont gardé la station, n'ont plus le sentiment qu'elle leur appartient.

Si on veut vraiment un service national, dans le bel esprit de la loi, il faut que les gens aient le sentiment que la SRC leur appartient. Si la SRC ne leur parle jamais d'eux. . . Il est vrai que CTV peut parler d'eux, CFTO peut parler d'eux, mais si CBC, à Toronto, ne parle jamais de questions intéressant l'Ontario, ou même la région métropolitaine de Toronto, les gens s'en détourneront, parce que ce n'est pas une station qui leur appartient.

Le président: Ce que j'ai voulu dire, c'est qu'au lieu d'imposer des coupures aveugles et globales, comme on l'a fait la dernière fois, sans tenir compte des besoins spéciaux d'une région, peut–être y avait–il à Calgary une émission très populaire qui avait un fort auditoire et qui n'aurait pas dû être coupée. Peut–être que le même argument ne vaut pas dans le cas de Vancouver, de Montréal ou de Toronto.

Je veux simplement dire que de nos jours, l'argument des «besoins spéciaux» peut être à deux tranchants. C'est tout ce que je voulais dire. Il faut interpréter quels sont les besoins vu l'évolution de la situation.

M. Juneau: Vous savez, c'est complexe d'une certaine manière, mais c'est aussi très simple.

Prenez votre exemple. Admettons que je pense comme vous qu'il y a toutes sortes de bulletins de nouvelles en anglais à Toronto. Mais il n'y a pas de bulletin de nouvelles en français, sauf sur la SRC. Alors, est–ce que cela veut dire que vous allez garder une station francophone à Toronto ou à Vancouver, et pas de station anglophone?

Le président: Tout dépend de la définition du besoin spécial.

Nous pourrions de toute évidence en débattre encore longuement. Mais nous vous remercions d'être venu et d'avoir enrichi notre réflexion. Nous aurons probablement encore des questions à vous poser plus tard. Merci.

La séance est levée.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid / Port payé
Lettermail / Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

Individual presentation:

Kenneth J. Goldstein, President, Communications Management Inc.

Individual presentation:

Pierre Juneau.

TÉMOINS

À titre personnel:

Kenneth J. Goldstein, président, «Communications Management Inc.»

À titre personnel:

Pierre Juneau.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

CA1
XC68
-C13

Government Publications

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 48

Wednesday, November 23, 1994

Chair: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 48

Le mercredi 23 novembre 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of the Canadian Broadcasting Corporation

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la Société Radio–Canada

---

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)



First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chair: John Godfrey

Vice–Chairs: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Associate Members

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidents: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary–Sud–Est)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Membres associés

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

WEDNESDAY, NOVEMBER 23, 1994
(55)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 3:38 o'clock p.m. this day, in Room 269, West Block, the Chair, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Jan Brown, John Cannis, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Acting Member present: Paddy Torsney for Bonnie Brown.

Associate Member present: Simon de Jong.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: Individual presentation: Richard Paradis, President, "Le groupe CIC Inc." *From Cogeco Radio–Television Inc.:* Guy Gougeon, Vice–president and executive director; Luc Harvey, Executive producer.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee resumed its study of the Canadian Broadcasting Corporation (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Thursday, September 22, 1994, Issue No. 26*).

Richard Paradis from "Le groupe CIC Inc.", made an opening statement, and answered questions.

Guy Gougeon from Cogeco Radio–Television Inc., made an opening statement, and with the other witness, answered questions.

At 5:06 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE MERCREDI 23 NOVEMBRE 1994
(55)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 15 h 38, dans la salle 269 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Jan Brown, John Cannis, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Membre suppléant présent: Paddy Torsney remplace Bonnie Brown.

Membre associé présent: Simon de Jong.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: À titre personnel: Richard Paradis, président, Le Groupe CIC Inc. *De Cogeco Radio–Télévision Inc.:* Guy Gougeon, vice–président et directeur général; Luc Harvey, producteur exécutif.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité poursuit son étude de la Société Radio–Canada (*Voir les Procès–verbaux et témoignages du jeudi 22 septembre 1994, fascicule nº 26*).

Richard Paradis, du Groupe CIC Inc., fait un exposé et répond aux questions.

Guy Gougeon, de Cogeco Radio–Télévision Inc., fait un exposé puis, avec l'autre témoin, répond aux questions.

À 17 h 06, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Wednesday, November 23, 1994

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le mercredi 23 novembre 1994

• 1538

The Chair: We will begin. Given that members have commitments after 5 p.m., will attempt to somewhat foreshorten the announced schedule this afternoon, because we don't want to exploit Mr. Paradis too long. I would like to wind up at about 4:30 p.m. if we may,

parce que les gens de Cogeco vont venir.

Alors, nous sommes ravis d'avoir M. Paradis avec nous parce que, personnellement, j'ai trouvé son étude sur la comparaison des télévisions publiques dans le monde très intéressante. Je suis certain d'ailleurs qu'il en va de même pour les autres membres du Comité. Le moment était très bien choisi pour l'inviter à venir nous entretenir parce que nous en arrivons à l'heure des décisions. C'est toujours bon de consulter les experts après avoir entendu de nombreux témoignages. Je vous invite donc à nous présenter vos remarques préliminaires et nous passerons immédiatement aux questions. Bienvenue, monsieur Paradis.

M. Richard J. Paradis (président, Le groupe CIC Inc.): Comme vous l'avez dit, monsieur le président, je suis ici à titre d'auteur d'un rapport de recherche sur la situation actuelle de neuf autres télévisions publiques dans autant de pays. Ce rapport vous a été remis à la mi–octobre en même temps que celui de M. Ellis et les rapports de Nordicity Group et de SECOR. En ce qui concerne mon rapport, la recherche a été réalisée, de même que la rédaction, au courant de l'été dernier.

Le président: La séance est ouverte. Vu que certains députés ont d'autres engagements après 17 heures, nous essaierons d'abréger un peu le programme de cet après–midi parce que nous ne voulons pas garder M. Paradis trop longtemps. Je voudrais avoir terminé vers 16h30,

because the Cogeco people will be here then.

We are very pleased to have Mr. Paradis with us today because I personally found his comparative study of public television networks throughout the world very interesting. I am certain that the other committee members will agree. This is a very good time to invite him to talk to us because we are coming to the hour of decision. It is always useful to consult the experts after hearing from many witnesses. I therefore invite you to make your opening comments, after which we shall immediately go on to the questions. Welcome, Mr. Paradis.

Mr. Richard J. Paradis (President, CIC Group Inc.): As you have noted, Mr. Chairman, I am here as the author of a research report on the situation of nine other public television networks in as many countries. This report was sent to you in mid–October at the same time as that of Mr. Ellis and those of the Nordicity Group and SECOR. The research for my own report as well as the actual writing were carried out last summer.

• 1540

The main purpose of the research I undertook was to provide a picture of the situation of other public broadcasters, since in many cases they have to face the same pressures as the CBC in their own specific markets, and their own specific political situations. In doing so, it was possible to put together an almost up–to–the–minute comparison of how public broadcasting is dealing with change in Europe, Japan, Australia and the United States.

As mentioned in the report, we assembled quite a substantial amount of factual and up–to–date data on broadcasting operations in each country covered, which we have handed over to officials of the Department of Canadian Heritage. I imagine they will make all this information available to the research staff of your committee.

We must remember, however, at all times that it is difficult to compare situations as diverse as the Japanese market and the Swedish market. The density of the population, the economic situation in a given country, or the number of languages available in a country such as Switzerland can all be factors. There are the particularities of Belgium, with two main languages, which receives signals from border countries in a number of foreign languages. Each situation has to be looked at in context.

Le principal objectif de mes recherches consistait à brosser un tableau de la situation d'autres radiodiffuseurs publics puisque, dans bien des cas, ceux–ci font face aux mêmes pressions que la SRC dans leurs pays respectifs et compte tenu de leur propre situation politique. Ce faisant, nous avons pu établir une comparaison très à jour de la façon dont les radiodiffuseurs publics abordent les changements en Europe, au Japon, en Australie et aux États–Unis.

Comme nous le signalons dans le rapport, nous avons rassemblé énormément de données à jour sur le fonctionnement des radiodiffuseurs publics dans chacun des pays concernés et nous avons remis tous ces renseignements aux fonctionnaires du ministère du Patrimoine canadien. J'imagine qu'ils fourniront volontiers tous ces renseignements aux attachés de recherche de votre comité.

Il ne faut cependant pas oublier qu'il est toujours difficile de comparer des situations aussi peu semblables que celles du marché japonais et du marché suédois. La densité de la population, la conjoncture économique d'un pays donné ou le nombre de langues parlées comme par exemple en Suisse, peuvent tous être des facteurs. Il y a aussi le cas particulier de la Belgique, qui a deux langues officielles et qui capte les signaux dans diverses langues étrangères en provenance de pays voisins. Chaque situation doit être examinée dans son propre contexte.

[*Texte*]

For instance, how do we explain or interpret the case of NHK in Japan, which operates on an annual budget of $7 billion Canadian and lives with a 9% share of audience? What should we learn from the United States' experience, where PBS is innovative in many ways in interpreting what public broadcasting should be in the new media environment? It is financed only partially by the federal government and receives solid support from not only 5 million American households, but also many thousands of Canadians who send in contributions regularly for what they consider to be quality television.

There are a number of key points I've raised in the last section of my report that try to break out examples of what is being done in other countries that might be worth looking at here in Canada.

I spoke with Florian Sauvageau last week just after he met with you. He told me even though my report had a wealth of information—that's his research side—he felt I didn't stress strongly enough that other public broadcasters are in difficulty. He thought I made it look as if they were all having a fairly easy time of it. I hope that's not the impression the report left, because in each country public broadcasting is being questioned. As you can see in the report, they've had to reduce their resources in terms of people. They've had to make decisions about their structures and their requirements from a technology point of view, as well as a programming objectives point of view.

I think when you go through the report in some detail, there's a lot of worthwhile information for a committee like yours. The subtitle of the report is "Public television at the crossroads" because that's where they are right now. In most countries where they were, in a sense, protected from having to compete with the private sector, they now have to live with it.

In some countries in Europe they were used to living with what we call *la redevance*, where money just automatically came in through licence fees that households had to pay. That's being questioned at the level of the European Commission, where private broadcasters now getting a foothold in Europe are questioning the right of public broadcasters to have access to that money. So it's not easy going for any public broadcaster.

The Chair: As I remarked when I introduced you, the comparisons are absolutely fascinating. In the area of advertising, half of them allow it. In Belgium, the French half of the network has advertising and the Flemish-speaking half doesn't. The rules seem to change, even within a single country.

Nous allons commencer par Christiane Gagnon. Peut-être pouvons-nous limiter nos questions à sept minutes dans un premier temps.

[*Traduction*]

Par exemple, comment expliquer ou interpréter le cas de NHK au Japon, qui a un budget annuel de 7 milliards de dollars canadiens et qui se contente d'un auditoire de 9 p. 100? Qu'avons-nous à apprendre de l'expérience des États-Unis, où PBS offre plusieurs façons novatrices d'interpréter le rôle d'un radiodiffuseur public dans le nouveau milieu des médias? PBS n'est financé que partiellement par le gouvernement fédéral et reçoit un appui solide non seulement de 5 millions de familles américaines, mais aussi de milliers de Canadiens qui lui envoient régulièrement leurs contributions financières en retour de ce qu'ils jugent être de la télévision de bonne qualité.

Dans la dernière partie de mon rapport, je soulève plusieurs points importants avec exemples à l'appui pour montrer les solutions adoptées dans d'autres pays qui pourraient aussi être utiles au Canada.

J'ai parlé à Florian Sauvageau la semaine dernière juste après sa comparution devant votre comité. Selon lui, même si mon rapport contient énormément de renseignements, c'est son côté recherchiste qui ressort, je n'insiste pas suffisamment sur le fait que d'autres radiodiffuseurs publics ont aussi des problèmes. D'après lui, mon rapport crée l'impression qu'ils ont tous relativement peu de problèmes. J'espère que ce n'est pas le cas parce que le rôle des radiodiffuseurs publics dans chaque pays étudié est actuellement remis en question. Le rapport note, par exemple, qu'ils ont tous dû réduire leurs effectifs. Ils ont dû aussi prendre certaines décisions quant à leur structure et leurs besoins technologiques, et réviser aussi leurs objectifs de programmation.

À mon avis, si vous examinez le rapport attentivement, vous constaterez qu'il contient beaucoup de renseignements utiles pour un comité comme le vôtre. Le rapport a comme sous-titre «La télévision publique à un carrefour» parce qu'elle est effectivement à la croisée des chemins. Dans la plupart des pays où elle était auparavant protégée d'une certaine façon contre la concurrence du secteur privé, elle doit maintenant s'accommoder de cette concurrence.

Mais dans certains pays d'Europe, les radiodiffuseurs publics avaient l'habitude de recevoir ce qu'on appelle la redevance, c'est-à-dire les rentrées automatiques produites par le versement de droits de licence par chaque foyer. Les radiodiffuseurs du secteur privé qui commencent maintenant à gagner du terrain en Europe contestent le droit des radiodiffuseurs publics à cet argent devant la Commission européenne. Aucun radiodiffuseur public n'a donc la vie facile à l'heure actuelle.

Le président: Comme je l'ai dit en vous présentant, les comparaisons sont tout à fait fascinantes. Dans le domaine de la publicité, la moitié des radiodiffuseurs l'autorisent. En Belgique, la moitié du réseau qui offre des émissions en français autorise la publicité et la moitié qui transmet ces émissions en flamand ne l'autorise pas. Ces règles peuvent donc changer même à l'intérieur d'un même pays.

We shall start with Christiane Gagnon. We could perhaps keep to seven minutes each for the first round of questions.

[*Text*]

Mme Gagnon (Québec): L'étude est très intéressante, surtout en ce qui concerne la question de l'étalement du financement dans les différents pays ou encore, la formule qu'adopte le financement de la télévision et de la radiodiffusion publiques. C'est là–dessus que j'aimerais poser une question.

[*Translation*]

Mrs. Gagnon (Québec): The report is very interesting, especially as it relates to the financing schemes adopted in various countries and the formula used to finance public broadcasting. I would like to ask a question about that.

• 2345

Vous affirmez que beaucoup de radiodiffuseurs publics, ceux de France, de Suisse, de l'Italie et de la Grande–Bretagne ont réduit le nombre de paliers de gestion. J'aimerais savoir à combien vous chiffrez les économies ainsi obtenues. Où se situe la SRC en comparaison de ces pays? Se présentent–ils comme un modèle à suivre pour Radio–Canada?

You stated that many public broadcasters, such as those in France, Switzerland, Italy and Great Britain have reduced the number of levels of management. I would like to know your estimate of the savings achieved in this way. How does the CBC compare to those countries? Are they a model that the CBC should follow?

M. Paradis: Je pense que la situation en Europe est particulière. Comme on le sait, ils ont une longue histoire et les télévisions publiques, qui avaient beaucoup d'importance pour la société dans ces pays, ont été longtemps des monopoles. Avec le temps il s'y est développé une énorme bureaucratie. Ce qu'on a constaté, par exemple en Grande–Bretagne et en Italie, c'est qu'avec l'avènement du secteur privé et aussi avec la concurrence exercée par les services par satellite, les diffuseurs publics ont été en quelque sorte obligés d'adopter des styles de gestion qu'on pourrait qualifier de plus modernes que ceux que l'entreprise privée est forcée d'employer.

Mr. Paradis: I think that the situation in Europe is unique. As we all know, they have a long history in public television, which was very important to society in those countries, or monopolies for many years. Over time, they built up an enormous bureaucracy. What they realized, in Great Britain and Italy, is that with the advent of the private sector and with the competition from satellite services, public broadcasters have had to adopt management styles that can be said to be more modern than those that the private sector must use.

Je pense aussi qu'il y a là une question de culture d'entreprise. Si vous voulez modifier le fonctionnement d'une organisation comme celle de la Société Radio–Canada, il faudrait probablement envisager non seulement de revoir son mandat pour l'ajuster sur la réalité d'aujourd'hui mais aussi d'y faire entrer de nouveaux gestionnaires ayant une mentalité d'efficacité et de transparence. C'est ce que les *British* aiment appeler *accountability*, dans le sens où on l'emploie en gestion moderne mais aussi dans l'intérêt public.

I think that this is also a matter of business culture. I you want to change the operation of an organization such as the CBC, you not only have to think about changing its mandate to adjust it to today's reality, but also introduce new managers who think in terms of efficiency and transparency. That's what the British like to call accountability, in the sense that it is used not only in modern management but also in the public interest.

Il faut se rappeler en effet que les organimes de télévision publique appartiennent au public. Or, souventes fois, ils deviennent un peu la propriété des gestionnaires. Si je prends par exemple, le cas du Canada, on peut se demander si les décisions qui se prennent à Toronto et à Montréal par rapport aux chaînes de télévision reflètent vraiment l'intérêt des usagers? Pourquoi est–ce que les Canadiens envoient de l'argent à PBS? Ils vous disent: parce qu'ils programment ce que je veux voir. Mais quand est–ce que Radio–Canada vous a demandé ce que vous vouliez voir?

We must also remember that public television organizations belong to the public. However, they often become more or less the property of their managers. If I take the case of Canada, for example, one can wonder whether decisions made in Montreal or Toronto about the television networks really reflect the interests of the users. Why do Canadians send money to PBS? They will tell you: because they have the programming I want to see. When did the CBC ever ask you what you want to see?

Prenons l'exemple de l'Australie. Je dis dans mon rapport qu'il y a des cas où certains diffuseurs se sont protégés contre les changements qui pourraient leur être imposés par le niveau politique parce qu'ils avaient une relation très étroite avec l'auditoire. Encore faut–il que cette relation existe. Il faut que l'auditoire pense que la télévision publique lui appartient et que sa programmation est ce qu'il veut y voir.

Let's take the example of Australia. I stated in my report that there are cases where certain broadcasters protected themselves against change that could be imposed by political decision makers because they had a very close relationship with the audience. But that relationship has to exist. The audience has to feel that public television is something that belongs to the people and that its programming is what the public wants to see.

Mme Gagnon: Ici, au Canada, la télévision publique est financée par le gouvernement. Dans certains pays, le financement se fait sous forme de redevances; chaque foyer qui utilise la télévision participe au financement. Ce serait peut–être

Mrs. Gagnon: Here in Canada, public television is funded by the government. In some countries, it is funded through license fees. Every household that uses television contributes to its funding. It may be unthinkable to try that here. We pay

[*Texte*]

impensable de faire la même chose ici. On le paie de façon indirecte, par la redistribution de nos taxes. Pour ce qui est des autres pays, comment cela fonctionne–t–il? Sont–ils moins taxés? Ce serait impensable de fonctionner ainsi au Canada? Nous sommes surtaxés et c'est toujours. . .

M. Paradis: Comme je l'ai dit au début, la redevance est remise en question en Europe parce que les secteurs privés pensent que c'est peut–être une injustice à leur égard. Mais si la redevance devait disparaître, cela signifierait que chaque gouvernement devrait assumer le coût de sa télévision publique.

En ce qui a trait à la redevance, il reste que les télévisions qui en bénéficient dans les autres pays doivent rendre des comptes au gouvernement vis–à–vis de leur mandat et vis–à–vis de l'utilisation de ces fonds. Donc, ce sont des fonds qui sont générés par les foyers qui ont des télévisions mais il y a quand même une étape entre la rentrée d'argent et l'utilisation qui en sera faite.

Mme Gagnon: Avec ce mode de financement, y a–t–il des foyers où la télévision publique devient inaccessible parce que ces foyers n'ont pas les moyens de se la payer?

M. Paradis: Dans la plupart des pays, on trouve que la télévision est un médium qui coûte moins cher que les sorties. Comme beaucoup de gens le disent, ils louent des vidéocassettes parce que c'est moins cher que de sortir. De même, on se rend compte, selon des statistiques récemment parues, que les gens qui louent des vidéos viennent de foyers où le revenu annuel est de moins de 30 000$ parce que, justement, ces gens ne peuvent pas sortir.

• 1550

Si on prend, par exemple, le cas du Japon où on paie par foyer 222$ canadiens par année pour contribuer à la télévision publique, imaginez–vous que, dans ce pays, il n'y a pas de recours légal si vous ne payez pas cette redevance, même si, par ailleurs, vous êtes légalement tenu de la payer. Autrement dit, un Japonais qui choisit de ne pas payer, n'encourt aucune pénalité. Pourtant, 97 p. 100 des foyers paient la redevance. Donc les gens considèrent qu'ils payent parce qu'ils obtiennent une valeur en échange.

On peut avancer qu'il ne s'agit que de 9 p. 100 de l'auditoire. Ce n'est pas beaucoup, mais les Japonais ont un autre point de vue sur la raison d'être de leur télévision. Ils font beaucoup de recherche et de développement. C'est beaucoup lié à un projet de société où la télévision publique joue un rôle important.

Mme Gagnon: On n'a pas de problèmes avec le Canada si on regarde les cotes d'écoute: 30 p. 100 pour Radio–Canada.

Le président: On va en parler. Mais, si je peux me permettre, je veux faire remarquer en passant au Parti réformiste que ça veut dire qu'il y a là–bas des valeurs sociales qui sont tout à fait différentes des nôtres. Ce n'est pas uniquement lié à la télévision. C'est dans la mentalité des Japonais de payer des impôts même s'ils ne reçoivent pas un service et même s'ils n'encourent pas de pénalité s'ils ne les paient pas. C'est une tout autre culture.

Mr. Hanrahan.

Mr. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Thank you for your very detailed presentation. I have just a couple of general questions.

[*Traduction*]

indirectly through tax redistribution. How does this work in other countries? Are they taxed less? Would it be unthinkable to try their system in Canada? We are overtaxed and it's always. . .

Mr. Paradis: As I said at the beginning, license fees are being called into question in Europe because the private sector broadcasters think that this may be unfair to them. But if license fees were to disappear, that would mean that each government would have to assume the cost of public television.

With regard to license fees, that fact remains that television networks that benefit from such fees in other countries are held accountable to the government in terms of their mandate and the use of these funds. Therefore, these funds are generated by households that have television sets but there's still quite a step between the incoming funds and the way such funds are used.

Mrs. Gagnon: With this method of funding, are there households for which access to public television becomes un–affordable?

Mr. Paradis: In most countries, people find that television is a medium that costs less than outings. As many people say, they rent video cassettes because it's cheaper than going out. According to recent statistics, the people who rent videos live in households with an annual income under $30,000 because these people simply can't afford to go out.

Let us take, for instance, the case of Japan, where people pay $222 Canadian a year per household for public television. Just think that in Japan, there is no legal recourse if someone does not pay his contribution, even though everyone is legally bound to pay it. In other words, if a Japanese refuses to pay, there is no penalty. Yet, 97% of all households pay their contribution. People therefore believe that they should pay because they get something of quality in exchange.

You could argue that they get only 9% of the public share. This is not a lot, but the Japanese have other ideas about the reason for being of their television. They do a lot of research and development. This is closely related to a social philosophy where public television plays a major role.

Mrs. Gagnon: We have no rating problems in Canada since the CBC attracts 30% of the viewing public.

The Chair: We shall deal with that later. If I may, I would like to point out in passing to the Reform Party that this means that there are completely different social values from ours in Japan. This is not only related to television. The Japanese philosophy is that they should pay their taxes even if they receive no service in return and even in the absence of penalties for those who do not. Their culture is entirely different.

Monsieur Hanrahan.

M. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Je vous remercie de votre exposé très détaillé. Je n'ai que quelques questions d'ordre général à vous poser.

[*Text*]

From your study, you mentioned in the earlier question that PBS is more than half voluntary subscription donors. Do you see this as a possible source of income for the CBC?

Mr. Paradis: It's been considered by. . . You have the experience in Canada with TV Ontario. It has been raising money through viewers. On occasion it costs almost as much to generate the revenue as the revenue you generate. I think that's been the case for TV Ontario; maybe not access.

People have to have a perception of value before they write a cheque. CBC has a long way to go in working up that kind of appreciation by the public, to the point where they're actually going to write a cheque. I've always had a lot of difficulty with why Canadians are writing cheques for PBS.

If you look at the number of staffers at CBC, I forget how many it is, but it seems to be in the hundreds who work in communications. You wonder what they do.

An example is Australia. As a duty, ABC holds picnics right across the country. Australia looks like Canada in terms of the ties. They have these huge picnics where they invite the public to come and meet the artists, buy tapes, buy books of the programs, exchange with people, find out what people want. They do this every summer. When I met people from ABC and I met people from the regulatory body in the government, they always brought that up. They said you can't touch ABC because it has this relationship with the audience. I'm not sure we have that kind of relationship here.

Mr. Hanrahan: So it's a matter of marketing, really. B.C. and Albertans contribute more to PBS than Washington state does. They are putting on a program people want to watch. As in ABC, they will go out in the community to market themselves. Should CBC be doing this?

• 1555

Mr. Paradis: Again, you have to ask yourself whether after 30 or 40–odd years with the CBC, as a public broadcaster more or less on its own in the marketplace but now there with a lot of others, should be doing what it is doing. If it isn't the case, should it be doing something else? By doing so, maybe it could build up a relationship with its audiences and we could then imagine that people would contribute towards it. If you express the idea that Canadians should send money to the CBC next week, we could probably wager that we wouldn't get very much money out of it.

It's a question also of program orientation. In Australia there are three private broadcasters competing with the public broadcaster. On a Saturday night, when you're watching television on the three private networks, you have a choice of

[*Translation*]

Vous avez dit tantôt que votre étude montre que PBS est financé à plus de 50 p. 100 par des dons du public. Selon vous, est–ce que ce serait une source possible de financement pour la SRC?

M. Paradis: On y songe. . . Au Canada, nous avons déjà le cas de TV Ontario qui obtient des contributions de ses abonnés. Parfois, le coût engagé pour produire ces recettes équivaut presqu'aux recettes elles–mêmes. Je pense que c'est peut–être ce qu'a constaté TV Ontario; cela n'a peut–être pas été un succès.

Avant d'envoyer un chèque à un radiodiffuseur, les gens doivent avoir l'impression qu'ils en ont pour leur argent. La SRC a encore du chemin à faire pour susciter une telle appréciation chez les téléspectateurs qui seront prêts à lui envoyer un chèque. J'ai toujours eu beaucoup de mal à comprendre pourquoi certains Canadiens envoient des chèques à PBS.

Quand on jette un coup d'oeil aux listes d'employés de la SRC, on constate qu'il semble y avoir des centaines de gens, j'oublie combien exactement, qui travaillent à la communication. Il faut se demander ce qu'ils font exactement.

Nous avons un exemple de cela en Australie. Cela fait partie du mandat d'ABC d'organiser des pique–niques d'un bout à l'autre du pays. L'Australie a une superficie qui se compare à celle du Canada. ABC organise des pique–niques géants auxquels le public est invité pour venir rencontrer les artistes, acheter des bandes et des livres sur les émissions, ce qui lui permet de tâter le pouls du public et de savoir ce qu'il veut. Ces pique–niques ont lieu tous les étés. Chaque fois que j'ai parlé à des gens d'ABC ou de l'organisme de réglementation du gouvernement australien, il en a toujours été question. D'après eux, on ne peut pas toucher à ABC à cause des rapports qu'elle a avec ses téléspectateurs. Je ne suis pas certain que ce genre de rapport existe au Canada.

M. Hanrahan: C'est donc plutôt une question de mise en marché. Les habitants de la Colombie–Britannique et de l'Alberta contribuent davantage à PBS que ceux de l'état de Washington. C'est parce que PBS transmet des émissions que le public veut voir. PBS, comme ABC, est prêt à aller se vendre sur place. La SRC devrait–elle faire la même chose?

M. Paradis: Ce qu'il faut se demander plutôt, c'est si, après 30 ou 40 ans comme radiodiffuseur public sur un marché où elle était à peu près seule au départ, mais doit maintenant faire face à la concurrence d'un bon nombre de radiodiffuseurs du secteur privé, la SRC doit vraiment continuer de faire ce qu'elle fait maintenant. Sinon, devrait–elle faire autre chose? Elle pourrait peut–être à ce moment–là établir de nouveaux rapports avec ses téléspectateurs et l'on pourrait envisager alors de leur demander de contribuer à son financement. Si vous voulez savoir ce qui arriverait si l'on demandait aux Canadiens d'envoyer de l'argent à la SRC la semaine prochaine, je serais prêt à parier que la SRC ne ferait pas beaucoup d'argent.

Il y a aussi une question d'orientation des émissions. En Australie, il y a trois réseaux du secteur privé qui font concurrence aux radiodiffuseurs publics. Le samedi soir, si vous regardez l'un des trois autres réseaux, vous aurez le choix entre

[*Texte*]

three more or less current films. On ABC, there's a really magnificent documentary on kangaroo life. There's a choice. The private sector is doing what it does—they're back to back and they have three movies. They're competing like hell. And you have ABC giving another type of programming that's interesting, that's stimulating and that people have as an alternative to watch.

Mr. Hanrahan: I just want to confirm something with you quickly. In Japan the fee is $222, and you say this is voluntary.

Mr. Paradis: It's voluntary to the extent that there's no penalty if you don't pay it.

Mr. Hanrahan: But people automatically pay it because of the cultural attitude?

Mr. Paradis: It's basically that, yes.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): This is a wonderful piece. Thank you so much for being here, and excuse me for being late.

On page 93, paragraph 3—and this is a follow-up to Mr. Hanrahan's question about generating new sources of revenue—you say: "PBS has also found ways of generating new sources of revenue through the use of satellite distribution by offering courses and other services." We are really looking for ways and means, for want of a better phrase, to help provide direction to the CBC to generate those new sources of revenue without having to go back necessarily to the cable distributors, or through other forms of perhaps hidden taxation through entertainment, etc. Could you expand a bit on that particular part of your paper?

Mr. Paradis: If you look at all the public broadcasters, at one point I mention in the report that in the face of competition, they're sort of coming back to their original mandate. There are four areas of programming on which they're concentrating: information, educational programming, cultural programming and children's programming. Those are the four key areas across the board. These are four areas where they strive to be, if you're able to interpret the phrase, in the public interest in the sense of doing things in programming that are to the benefit of the public, not in the sense of doing programming that's supposed to please an advertiser. This isn't knocking down people who are doing advertising. It's just saying that public broadcasting maybe shouldn't be doing it.

The interesting thing about PBS is that they have this really innovative program called Mathline. It's a program they have developed to teach mathematics, and they're making it available through satellite. They have a sponsor—I think it's IBM or one of the major companies—because in industry they're finding that the kids coming out of school aren't good in mathematics. They said, okay, let's go this way to teach the kids mathematics so that when they come out they'll be good. So as a public broadcaster it sees a way of making money, but it also sees a way of fulfilling its mandate of doing something good for the country.

[*Traduction*]

trois films plus ou moins récents, alors qu'ABC fera passer un documentaire vraiment magnifique sur la vie des kangourous. Les téléspectateurs ont donc un choix. Les radiodiffuseurs du secteur privé font chacun passer un film différent et se livrent une concurrence féroce. D'autre part, ABC fait passer une autre sorte d'émission intéressante et passionnante qui offre un choix aux téléspectateurs.

M. Hanrahan: Je voulais simplement que vous confirmiez rapidement quelque chose. Au Japon, les droits sont de 222$ et vous dites que ces contributions sont volontaires.

M. Paradis: Elles sont volontaires dans la mesure où l'on n'impose pas de sanction à ceux qui ne la verse pas.

M. Hanrahan: Mais les gens la paie automatiquement à cause de leur mentalité?

M. Paradis: Essentiellement, oui.

Mme Brown (Calgary-Sud-Est): C'est vraiment un excellent rapport. Je vous remercie d'être venu et je m'excuse d'être en retard.

À la page 94, au paragraphe 3, vous dites, et cela porte aussi sur la question posée par M. Hanrahan au sujet de nouvelles sources de revenu: «PBS a également trouvé des moyens de produire de nouveaux revenus grâce à la distribution par satellite en offrant des cours et d'autres services.» Ce que nous essayons de trouver, ce sont de nouvelles solutions qui permettraient à la SRC de trouver de nouvelles sources de revenu sans avoir nécessairement à demander aux câblodistributeurs d'aider à la financer ou peut-être en imposant un impôt caché sur les spectacles. Pourriez-vous nous parler un peu plus de cette partie de votre rapport?

M. Paradis: Je dis quelque part dans le rapport que, face à la concurrence, tous les radiodiffuseurs du secteur public en reviennent maintenant à leur mandat original. Ils se concentrent sur quatre domaines de programmation, l'information, les émissions éducatives, les émissions culturelles et les émissions pour enfants. Ce sont les quatre domaines-clé où les radiodiffuseurs publics s'efforcent de promouvoir l'intérêt public en offrant des émissions utiles au public plutôt qu'attrayantes pour les commanditaires. Ce n'est pas une critique à l'égard des commanditaires, mais peut-être que les radiodiffuseurs publics ne devraient tout simplement pas faire de publicité.

Une chose bien intéressante au sujet du réseau PBS, c'est qu'il offre maintenant une émission très novatrice appelée Mathline. C'est une émission mise au point pour enseigner les mathématiques qui est offerte par satellite. Cette émission a un commanditaire, je pense que c'est IBM ou une autre grande entreprise, parce que l'industrie a constaté que les jeunes qui terminent leurs études ne sont pas forts en math. PBS a décidé de faire passer cette émission pour enseigner les mathématiques pour relever le niveau des nouveaux diplômés. PBS a donc trouvé un moyen de faire de l'argent comme radiodiffuseur public tout en remplissant son mandat et en faisant quelque chose d'utile pour le pays.

[*Text*]

It's doing manpower training. With digital technology and with the whole question of compression, they're able to multiply the number of services they're going to make available. They're looking at all kinds of services that can be of benefit and that are stimulating but will also bring in money, and they're developing them.

• 1600

The Chair: At the beginning I made a remark about how the whole issue of advertising varies from country to country and network to network. I don't think I detected it in the report, but did your study come to any conclusions about respective audience loyalty between broadcasting systems that have advertising and those that don't?

One might speculate, for instance, to follow up on the question about PBS, that people like PBS a lot because there is no advertising except this rather indirect sort. They don't feel the network belongs to somebody else, notably the advertisers. There is also the psychological sense of ownership that comes from voluntarily paying for a subscription. In the countries that actually have advertising, such as France, Switzerland, Italy, French–speaking Belgium as well as Canada, was it possible to detect any degree of greater commitment or loyalty because of, or in the absence of, advertising?

Mr. Paradis: I think one excellent example is ABC in Australia. It didn't matter who I met in Australia, they all told me the same thing. They consider ABC to be pristine or pure because it doesn't have advertising. There will probably never be advertising on ABC because the audiences don't want it. They appreciate that it's not there and think it leaves the public broadcaster room to experiment. Some programs that appear on ABC are fairly innovative in their development. Some of them become so popular that they wind up on the private station the next year. Maybe that's fair play in the marketplace.

I have quoted the BBC on page 43. It says it has consistently rejected the idea of advertising because it feels its introduction would alter the range and quality of BBC programs. The programs would have to attract the large or high–spending audiences advertisers pay to reach.

In the countries where there was no advertising, most people don't want to see it appear. They would rather find other ways of generating revenue. I think the British just brought out a white paper on the BBC in July. It's quite clear the government would like the BBC to find new ways of generating revenue, and it's doing that through international arrangements; it's trying new international projects. The BBC has a lot of material it can market on international markets. It's looking in that direction to find new sources of revenue.

The Chair: My second question relates to your conclusions. You suggest certain generalizations may apply to Canada. They are very interesting and provocative and give us a useful international perspective. I wonder if you had any sense from your international comparisons—and you may have eluded to this in your response to Madam Gagnon—of organizations that have been more successful than others in transforming themselves. Are there common characteristics of those public

[*Translation*]

Il forme aussi ses propres employés. Grâce à la technologie digitale et à la compression, il peut multiplier le nombre de services disponibles. Il est aussi en train d'examiner divers services qui peuvent être utiles et stimulants tout en étant rentables.

Le président: Au début j'ai fait remarqué à quel point toute cette question de la publicité varie de pays à pays et de réseau à réseau. Je ne crois pas avoir décelé cela dans le rapport, mais êtes–vous arrivé à certaines conclusions, au cours de votre étude, au sujet de la loyauté de l'auditoire dans le cas de réseaux qui ont de la publicité et des autres?

On pourrait dire, par exemple, puisqu'on a parlé du réseau PBS, que l'attrait de ce réseau provient du fait qu'il n'y a pas de publicité sauf de façon tout à fait indirecte. Les spectateurs ne pensent pas que le réseau appartient à quelqu'un d'autre, c'est–à–dire aux publicitaires. Ils pensent sans doute aussi qu'ils sont un peu propriétaires du réseau puisqu'ils paient leur adhésion. Dans les pays où il a de la publicité, comme en France, en Suisse, en Italie, en Italie, en Belgique walloune et au Canada, les auditeurs sont–ils plus loyaux envers leur chaîne de télévision parce que celle–ci n'a pas de publicité ou en dépit de celle–ci?

M. Paradis: Un excellent exemple est celui de ABC en Australie. Tous les gens que j'ai rencontrés en Australie m'ont dit la même chose. Ils considèrent que le réseau ABC est tout à fait pur parce qu'il n'a pas de publicité. Il n'y aura sans doute jamais de publicité sur ABC parce que le public s'y oppose. Ils apprécient le fait qu'il n'y en ait pas et pensent que cela donne au radiodiffuseur public une marge de manoeuvre pour faire des expériences. Certains programmes de ABC sont très innovateurs. Certains d'entre eux sont devenus tellement populaires que les stations privées les ont retransmis l'année suivante. C'est peut–être comme cela que ça doit se passer dans les affaires.

J'ai cité la BBC à la page 44 où je dis: «La BBC a continuellement rejeté l'idée de diffuser de la publicité parce qu'elle estime que cela altérerait le champ et la qualité de la programmation diffusée par la BBC; les émissions devraient alors viser de larges auditoires ou les segments de la population qui dépensent le plus, car c'est à eux que s'adresse la publicité payée par les annonceurs.

Dans les pays où il n'y a pas de publicité, les gens ne veulent certainement pas que l'on instaure ce système. Ils préféreraient s'y prendre différemment pour obtenir des recettes. Je crois que les Britanniques viennent de publier un Livre blanc sur la BBC en juillet. Il est clair que le gouvernement voudrait que la BBC trouve de nouvelles sources de revenu; c'est ce qu'elle essaye de faire avec beaucoup de programmes qu'elle peut commercialiser sur les marchés internationaux. C'est vers cette nouvelle source de revenu que s'oriente la BBC.

Le président: Ma deuxième question se rapporte à vos conclusions. Vous semblez dire que certaines généralisations pourraient s'appliquer au Canada. Elles sont très intéressantes, elles font réfléchir et nous donnent une perspective internationale utile. Après avoir passé en revue la situation dans les différents pays—et vous avez peut–être fait allusion à cette question en réponse à M^me^ Gagnon—pourriez–vous citer certaines organisations qui ont mieux réussi que d'autres à se

[*Texte*]

broadcasters that have renewed successfully? I thought I heard you suggest there was a change of personnel at the top, but maybe I misheard that.

One of the arguments put to us is that it will be easier for the CBC to change itself, to whatever degree, if there's stability and we let it alone for a bit. There's a counter-argument that the last time there was a creative renewal at the CBC of any significance, it involved the radio service. It renewed itself because it was threatened with the death penalty in the early 1970s. Do you have a view of these issues of organizational change?

Mr. Paradis: It doesn't matter what you want to change, because we're talking about the public sector here. In the private sector when they want to change something—we see it enough when we read the papers—they just change everybody. You either change the ownership or you change the people who are at the head of the organization.

• 1605

There's no reason why we shouldn't be thinking along these lines in the public sector too, because in a way the organization belongs to the people. Why should an organization as important as the CBC do its own—I forget what they call what they did last year—a repositioning? Why should the CBC, with a bunch of consultants like me, in closed rooms in Toronto and Montreal, or having focus groups with people, be deciding ultimately what they're going to be doing with themselves? It should be in the public interest that public people or government or Parliament decides that after 30 years we should change CBC, and then tell the CBC what it should do.

The Chair: We feel much empowered by those last remarks, I must say. So the suggestion would be for this committee to say it may well be an external organization such as a parliamentary committee, which might claim to speak for the shareholders, who are the Canadian people, that must to some extent force the creative revolution? Is that what you're saying?

Mr. Paradis: I think so. You're the closest thing to the public as opposed to the CBC, and you can get fired if you don't do your job right, eventually. At the CBC there's an institution that lives. It has its own culture. Even though we change presidents once in a while, I'm not sure the culture changes. I think what's required is to change the culture, to change the orientation.

For instance, on the French side why should we have a morning show that's probably costing quite a bit of money from 6:30 a.m. to 9 a.m., which appeared this year? It was on last year. It wasn't very good and they've changed it this year with much more money. The private broadcaster in the Quebec market has had a successful morning show, just like CTV has had a successful morning show in English markets. Why are we spending money there when we should be putting the money into other types of programming that the public would be able to identify as being creative, constructive and stimulating for the audience, but that would be different from what the private sector is doing?

[*Traduction*]

transformer. Peut-on dégager de leur succès certaines caractéristiques communes? Si j'ai bien compris, vous avez dit qu'on avait procédé à un changement dans les cadres, mais j'ai peut-être mal compris.

Ce qu'on nous a dit, c'est qu'il sera peut-être plus facile pour la SRC de se transformer si elle jouit d'une certaine stabilité, c'est-à-dire si elle prend ses propres décisions pendant un certain temps. Par contre on entend également l'argument contraire voulant que la dernière fois que la SRC a pu se renouveler de façon créative importante, dans le domaine de la radio, est quand elle avait été pratiquement condamnée au début des années 1970. Que pensez-vous de cette question de changements dans l'organisation?

M. Paradis: Peu importe les changements que l'on veut affecter puisqu'il s'agit en effet du secteur public. Dans le secteur privé, quand on veut changer quelque chose, et c'est ce qu'on lit partout dans les journaux, on change tout le monde. On change soit la propriété de l'entreprise ou la direction.

Il n'y a aucune raison pour laquelle on ne devrait pas procéder de la même façon dans le secteur public, puisque dans une certaine manière l'organisation appartient à la population. Pourquoi une organisation aussi importante que la SRC devrait-elle se repositionner elle-même? Pourquoi la SRC devrait-elle le faire avec l'aide de consultants comme moi, à huis clos à Toronto et Montréal ou à la suite de discussions? C'est au public, au gouvernement ou au Parlement qu'il incombe de décider de modifier, après 30 ans d'existence, la façon dont la SRC fonctionne; c'est à eux de lui dire comment procéder.

Le président: Vos dernières remarques nous encouragent beaucoup. À votre avis, notre Comité devrait recommander qu'un organisme extérieur à la SRC, un comité parlementaire, par exemple, qui peut parler au nom des contribuables soit l'instrument de changement pour la SRC. Est-ce bien ce que vous dites?

M. Paradis: Je le pense. Vous êtes l'organisme qui est le plus près du public, ce qui n'est pas le cas de la SRC et vous pouvez vous faire renvoyer si vous ne faites pas bien votre travail. La SRC est comme un organisme vivant, elle a sa propre culture et même si l'on change les présidents une fois de temps en temps, je ne suis pas sûr que la culture change. Ce qu'il faut, c'est précisément cela, il faut changer la culture, l'orientation de la SRC.

Ainsi, au réseau français, pourquoi devrait-on avoir une émission de 6h30 à 0900 du matin, une émission coûteuse qui était déjà diffusée l'année passée. L'émission n'était déjà pas très bonne et tout ce qu'on a fait cette année, c'est uniquement d'accroître le budget. Les radiodiffuseurs privés du marché québécois ont une émission matinale qui connaît du succès comme CTV sur le réseau anglais. Pourquoi dépenserait-on de l'argent pour ce genre de programmes et non pas pour d'autres que le public pourrait trouver originaux, constructifs, stimulants et différents du réseau privé?

[*Text*]

Mr. de Jong (Regina—Qu'Appelle): I have a short question, Mr. Chairman.

I note in part of your documentation that you talk as well of the need for accountability, and I think you use Australia as one of the examples. In a report issued by the Standing Committee on Justice and Solicitor General in March 1987, they made this recommendation:

> The Committee recommends that, with respect to the Canadian Broadcasting Corporation. . .the *Access to Information Act* not apply in relation to program material; otherwise, the Corporation should be fully subject to both the *Access to Information Act* and the *Privacy Act*.

Would you concur with that? Would you suggest that this committee include, as part of its recommendation to make the CBC in its financial dealings more transparent and open, something like this?

Mr. Paradis: I think so. There is a good example for you, and there's documentation we've provided to the department that could be available for your research staff. The BBC has made unbelievable efforts in this sense. The board of governors of the BBC has established performance criteria so that on an annual basis the head of the BBC has to report on his success rate in reaching objectives. He has to make financial data on expenditures available.

If you take the CBC annual report, it's interesting to look at the differences in the way they report for the English services as opposed to the French services. Why is it that on the French services they show you only the audience reached? For instance, they'll tell you that *Les filles de Caleb* had three million viewers, but they won't show you the same bar lines as they do in English Canada on the audience share, because if you look at the audience share on the French side it's about three times what it is on the English side. If you're trying to do a comparison in the annual report you can't do one because they don't give you the same data on both sides. That's just one example.

[*Translation*]

M. de Jong (Regina—Qu'Appelle): J'aurais une brève question à poser, monsieur le président.

Dans vos documents, vous parlez également de la responsabilité financière et vous citez l'exemple de l'Australie si je ne me trompe. Dans un rapport publié par le Comité permanent de la justice et du Solliciteur général en mars 1987, on peut lire la recommandation suivante:

> En ce qui concerne la Société Radio–Canada, le Comité recommande de ne pas appliquer la Loi sur l'accès à l'information en ce qui concerne le contenu des émissions. Dans tous les autres cas, la Loi sur l'accès à l'information et la Loi sur la protection des renseignements personnels devraient s'appliquer intégralement aux activités de la SRC.

Seriez–vous d'accord avec cela? Seriez–vous prêt à suggérer que le Comité recommande une plus grande transparence de la part de la SRC dans le domaine financier?

M. Paradis: Oui. Il y a un très bon exemple de ce genre de chose et je pourrais faire parvenir à votre personnel de recherche la documentation que j'ai remise à ce sujet au ministère. La BBC a fait des efforts incroyables dans ce domaine. Le conseil d'administration de la BBC a été établi des critères de performance qui permettent à son directeur de faire savoir annuellement dans quelle mesure la société a réussi à atteindre ses objectifs. Les chiffres en matière de dépenses sont donc disponibles.

Si vous comparez avec le rapport annuel de la Société Radio–Canada, vous remarquerez la différence dans la façon dont les services anglais et français font rapport. Pourquoi le service français fait–il état uniquement du nombre de téléspectateurs? Pour l'émission *Les filles de Caleb*, par exemple on nous dit trois millions, sans représentation graphique de l'auditoire comme le fait le réseau anglais, alors que celle–ci est d'environ trois fois supérieure. Il est donc impossible de procéder à une comparaison en se basant sur le rapport annuel étant donné que l'on ne donne pas les mêmes données du côté anglais et du côté français. Ce n'est là qu'un exemple.

• 1610

Mr. McKinnon (Brandon—Souris): In a couple of places in your document you refer to Producer Choice and the BBC. It seems to have some implications for efficiencies and transparency. Could you enlarge on those comments I see on page 100, also referenced on page 40?

Mr. Paradis: We've submitted to the Department of Canadian Heritage—and I think they've made it available to your research staff—this little pamphlet called *BBC Producer Choice: A Case Study*. It reviews the success rate of Producer Choice in Great Britain in its first year of operation. From what the BBC seems to be saying publicly, through Producer Choice they've apparently been able to generate savings of between $150 million and $200 million, which they're putting back into programming through Producer Choice.

All public broadcasters have problems with unions. What Producer Choice has done is to force the producers inside the BBC to farm out projects to the private sector and to the internal people for production. Let's say I want to do a series

M. McKinnon (Brandon—Souris): À différents endroits de votre document vous parlez de Producer Choice de la BBC. Cela semble avoir certaines répercussions en matière d'efficacité de transparence. Pourriez–vous donner plus de précisions que ce que vous nous dites aux pages 101 et 40?

M. Paradis: Nous avons transmis au ministère du Patrimoine canadien—et je crois bien que ces documents ont été mis à la disposition de votre personnel de recherche—une petite brochure intitulée *BBC Producer Choice: A Case Study* qui passe en revue le succès de Producer Choice en Grande–Bretagne au cours de sa première année d'exploitation. D'après ce que la BBC semble dire publiquement, grâce à Producer Choice, des économies de 150 à 200 millions de dollars ont pu être réalisées grâce à ce programme, économies qui sont ensuite réinvesties dans Producer Choice.

Tous les radiodiffuseurs publics ont des problèmes avec les syndicats. Ce que Producer Choice a fait c'est de forcer les réalisateurs de la BBC de lancer des appels d'offre tant, dans le secteur privé qu'à l'interne pour la réalisation des émissions.

[*Texte*]

and I have a $2 million budget. I can put this out to tender in the private sector and to the public sector within the BBC, and they have to be able to compete. What that has done is put pressure on the unions on the inside to be more efficient. It also makes available all the information that wasn't publicly available before on how much it costs to do anything at the BBC.

I think the BBC has been surprised. Initially they put this thing out as a kind of political thing, because they were trying to find a way to show they were making efforts to be more transparent and efficient. They put this thing out and it's become such a success—everybody's talking about it—that now they're stuck with it, and they're having to go even further with it.

Mr. McKinnon: I have a thesis, if you will, that the presence of all the forces of U.S. broadcasting affects the culture of broadcasting in Canada, in some people's opinion, in varying degrees. I'm concerned that we were analysing Australia, which doesn't have that kind of presence. To me it is still a problem of public broadcasting in Canada that makes us different. We have to overcome that over-the-border problem. Australia has more of an isolation component. New Zealand might be a—

Mr. Paradis: They're losing it. The Australians are really adjusting to what's coming, because the Americans have just set a whole bunch of their services on a satellite above Asia. That's another story.

About the English-Canadian situation, if it were clear what the CBC is supposed to do in this universe of however many channels, and if the money spent were spent on specific types of programming. . .for instance, if we know children's programming is a priority or cultural programming is a priority, why aren't we putting the money there? Why do we have to be on the air all this time if we can't afford it?

The Chair: That's a good question.

Mr. de Jong: I didn't notice you had included Holland. I don't see them on the bars and so forth. I haven't read the thick one. They have an entirely different system there, do they not?

• 1615

The Chair: It's based on religious—

Mr. de Jong: Religious or any political or social club you belong to. It's the club that gets the number of hours, is it not?

The Chair: It's an oddly denominational service, as I recall.

I don't think you did Holland, did you?

Mr. Paradis: No.

The Chair: If you have any general knowledge of the Dutch system, now is the chance to strut your stuff.

Mr. Paradis: I could talk to you about the Italian system.

[*Traduction*]

Mettons que je dispose d'un budget de 2 millions de dollars, pour réaliser une série d'émissions. Je vais lancer des appels d'offres mettant en concurrence le secteur public au sein de la BBC et le secteur privé. Cela a forcé les syndicats des employés syndiqués de la BBC à accroître leur efficacité. De plus, un tel système a révélé au grand jour des renseignements qui jusque là n'étaient pas disponibles sur le coût des activités de la BBC.

La BBC a été donc surprise. Au départ, il s'agissait d'une stratégie politique destinée à montrer qu'elle était transparente et efficace, et, une fois le succès remporté, et que le monde en parlait, la BBC a dû s'accommoder de ce système et elle devra même aller plus loin.

M. McKinnon: Personnellement, je pense que la machine puissante que représente la radiodiffusion américaine à nos portes a un effet sur la culture de la radiodiffusion au Canada. C'est ce que pensent certaines personnes du moins. On a parlé de l'Australie, qui n'est cependant pas confrontée à ce genre de présence. À mon avis, c'est la radiodiffusion publique qui fait que nous sommes différents au Canada. Il faut que nous surmontions cette présence du Sud. L'Australie est beaucoup plus isolée. La Nouvelle-Zélande peut. . .

M. Paradis: De moins en moins. Les Australiens sont en train de s'adapter à la situation qui se dessine, étant donné que les Américains viennent offrir leurs services via satellite à l'Asie. Mais c'est une autre histoire.

Au sujet de la situation au Canada anglais, si l'on savait ce que la SRC est censée faire dans cet univers de canaux multiples et si l'argent était dépensé pour de la programmation d'un type spécial—par exemple si l'on savait que les programmes pour enfants étaient prioritaires, ou la programmation dans le domaine de la culture, on pourrait prévoir des fonds à ce chapitre. Pourquoi doit-on être en ondes constamment si nous ne pouvons nous le permettre?

Le président: C'est une bonne question.

M. de Jong: Je n'ai pas remarqué si vous aviez inclus la Hollande. Elle ne figure pas sur les graphiques, mais je n'ai pas lu votre document épais. Les Hollandais ont un système tout à fait différent, n'est-ce pas?

Le président: Cela dépend de l'organisation religieuse. . .

M. de Jong: Religieuse ou politique ou du club social auquel vous appartenez. C'est le club qui a droit à un certain nombre d'heures, n'est-ce pas?

Le président: C'est un service fragmenté selon les affiliations religieuses, si je ne me trompe.

Je ne crois pas que vous ayez examiné le cas de la Hollande, n'est-ce pas?

M. Paradis: Non.

Le président: Si vous êtes au courant du système dans ce pays, c'est maintenant que vous devriez vous en vanter.

M. Paradis: Je pourrais vous parler du système italien.

[*Text*]

Mr. de Jong: I understand that it is entirely different from anything else. I wondered if you had studied it and its efficiency.

The Chair: The idea of introducing television stations to this country based on denomination is, well, intriguing.

We thank you very much for a most stimulating report. We're glad you were able to come by and talk about it. It is timely, and we look forward to asking the CBC about many of the ideas that are contained particularly in the last part of the report.

Et maintenant nous allons recevoir les représentants de Cogeco, qui sont là, si j'ai bien compris. Nous apprécions beaucoup que vous ayiez accepté si gracieusement le changement d'horaire. Il est très important pour le Comité d'entendre encore des représentants de stations du Québec. Je vous invite à faire quelques remarques d'ouverture et, par la suite, nous procéderons avec les questions. Bienvenue.

Is there a question here?

Mrs. Brown: What is our timeframe? I'm sorry; I was late.

The Chair: Rather than trying to have poor Mr. Paradis on the stand for an hour and a half, we've shortened it. We're going to go for about 45 minutes or a bit more.

Mr. Hanrahan: Do you know if there's a vote tonight?

The Chair: I think we just did it. That was it—the 3 p.m. vote.

Je ne sais pas qui va prendre la parole en premier. Bienvenue, monsieur Gougeon.

M. Guy Gougeon (vice–président et directeur général, Cogeco Radio–Télévision Inc.): Bonjour, monsieur le président et membres du Comité.

Mon nom est Guy Gougeon et je suis le vice–président et directeur–général de Cogeco Radio–Télévision Inc., ou CRTI en bref. M. Luc Harvey, producteur exécutif, est assis à ma gauche et M. Yves Mayrand, secrétaire adjoint de notre compagnie et aussi vice–président des affaires juridiques du groupe Cogeco, est assis à ma droite.

Je sais que votre calendrier est très chargé et je vous remercie de nous avoir invités à comparaître devant vous aujourd'hui.

We will be making our oral presentation in French. However, I wish to point out that we have provided the clerk of the committee with copies of our written as well as oral comments in both official languages, and we will be pleased to answer any questions in either language, at your convenience.

Vous avez déjà reçu de nombreux mémoires et entendu plusieurs parties ayant des points de vue pour le moins variés sur la SRC. Il faut s'attendre à des points de vue différents, voire même radicalement divergents lorsqu'on aborde le rôle de la SRC, son fonctionnement et les services qu'elle dispense. C'est à notre point de vue la meilleure preuve que la SRC est l'une de nos institutions les plus importantes et qu'elle touche toujours profondément les Canadiens partout au pays.

[*Translation*]

M. de Jong: Si je comprends bien, c'est un système tout à fait différent de partout ailleurs. Je me demandais si vous l'avez étudié, si vous pouviez nous parler de son efficacité.

Le président: L'idée d'avoir des stations de télévision dans notre pays qui tiendraient compte de la confession religieuse est, pour le moins, fascinante.

Nous tenons à vous remercier de votre rapport très stimulant. Nous sommes heureux que vous ayez pu venir pour nous en parler. Il s'agit d'un témoignage qui vient à point nommé. Nous serons heureux de poser des questions à la SRC au sujet de bien des idées que vous développez dans votre document, surtout dans la dernière partie.

We are now happy to hear the representives of Cogeco, who are here, if I'm not mistaken. We appreciate the fact that you so graciously agreed to this change in schedule. It is very important for the Committee to hear other representatives from stations in Quebec. I will now ask you to make a few opening remarks, after which we will have a question period. Welcome.

Une question?

Mme Brown: Veuillez m'excuser, j'étais en retard, quel est l'horaire?

Le président: Nous avons raccourci le temps que nous avons accordé à M. Paradis, nous disposons de 45 minutes ou un peu plus.

M. Hanrahan: Y aura–t–il un vote ce soir?

Le président: Il n'y en avait qu'un, à 3 heures.

I don't know who is going to speak first. Welcome Mr. Gougeon.

Mr. Guy Gougeon (Vice–President and General Manager of Cogeco Radio–Télévision Inc.): Good morning Mr. Chairman and members of the Committee.

My name is Guy Gougeon and I'm Vice–President and General Manager of Cogeco Radio–Télévision Inc. or CRTI in short. Mr. Luc Harvey, Executive Producer is seated to my left and Mr. Yves Mayrand, Assistant Secretary of our company and Vice–President, legal affairs of the Cogeco group is seated to my right.

I know that your hearing schedule is very busy and I wish to thank you for inviting us to appear before you today.

Je ferai mon exposé en français. Cependant, je tiens à signaler que nous avons donné au greffier du comité des exemplaires de nos commentaires oraux et écrits dans les deux langues officielles et nous serons heureux de répondre à vos questions dans l'une ou l'autre langue, à votre convenance.

You have already received many submissions and heard a number of parties with varied opinions on the CBC. One should expect different, even drastically divergent views, whenever the CBC's role, its operations and its services are being discussed. We feel that this is living proof that the CBC is one of our most important institutions and that it always deeply touches Canadians throughout the country.

[*Texte*]

Notre propos d'aujourd'hui vise à vous apporter tout simplement le point de vue d'un affilié privé de longue date du réseau français de Radio-Canada sur les questions qui vous ont été soumises. Nous vous offrons aussi, en la personne de M. Harvey et de celui qui vous parle, une expérience combinée de plus de 60 ans sur les activités des chaînes de télévision française, tant publiques que privées au Canada, que ce soit en technique, à la production ou à la direction.

Notre expérience et notre intérêt portent principalement sur le réseau français de télévision de la SRC. Deux de nos antennes de télévision y sont affiliées. Nos deux autres antennes, qui sont affiliées au réseau Télévision Quatre-Saisons, ne pourraient survivre seules dans des marchés régionaux comme ceux de Trois-Rivières et de Sherbrooke, d'où l'importance vitale du réseau français de la SRC pour nos stations de télévision.

• 1620

La situation d'ensemble de la SRC et de ses autres services ne nous laissent cependant pas indifférents. Les changements que vous recommanderez auront vraisemblablement des répercussions sur les réseaux français, et, conséquemment, sur nous en tant qu'affiliés de ce réseau.

Nous produisons près de 33 heures d'émissions originales par semaine, employons quelque 150 personnes, et générons des retombées de l'ordre de 16 millions de dollars en Mauricie et en Estrie, des régions qui couvrent 15 circonscriptions fédérales et 19 comtés provinciaux, et où vivent quelque 750 000 Canadiens.

Nous sommes en fait le seul contrepoids au réseau TVA en Mauricie et en Estrie. Nos activités font en sorte qu'il y a encore de la concurrence dans ces marchés, au plus grand avantage des auditeurs, des institutions et des commerçants de ces deux régions.

Nous sommes la raison pour laquelle il y a encore des services d'information et de production locale d'émissions de télévision à Trois-Rivières et à Sherbrooke, malgré la centralisation des réseaux à Montréal.

Notre philosophie corporative est résolument proactive, et c'est la raison pour laquelle nos activités de télédiffuseur régional sont en croissance, en dépit de la situation économique difficile que nous vivons au Québec depuis 1990.

Nous sommes progressivement devenus le plus important producteur externe d'émissions régulières pour l'ensemble du réseau français de la SRC. Notre carnet de production pour la SRC compte sept heures et demie d'émissions par semaine pour le secteur des variétés, et quatre heures d'émissions par semaine pour le secteur socio-culturel, auquel s'ajouteront, dès janvier prochain, cinq heures d'émissions par semaine pour l'information continue sur la nouvelle chaîne RDI. Cela fait seize heures et demie de production originale réseau par semaine, pour la SRC.

Nous produisons également huit heures et demie par semaine pour le réseau TQS, et près de 13 heures par semaine d'émissions locales. Si vous faites l'addition, cela fait 33 heures par semaine actuellement, et 38 heures par semaine à compter de 1995. Donc, d'ici quelques semaines.

[*Traduction*]

Our purpose today is to bring the perspective of a long-standing private affiliate of the CBC's French network on the issues that have been referred to your consideration. Mr. Harvey and I also represent over 60 years of combined experience concerning the activities of the French television networks in Canada, both public and private, whether on the technical, production or management side.

Our experience and interest rest mainly on the CBC's French Television Network. We have two television stations which are affiliated. Our other two antennas, which are operated under affiliation with the network of Télévision Quatre-Saisons, could not survive alone in regional markets such as Trois-Rivières and Sherbrooke, hence the vital importance of the CBC's French network for our television stations.

However, we are also concerned with the overall situation of the CBC and of its other services. The changes that you may recommend in that regard are likely to have an impact on the French network, and therefore, on us as an affiliate of that network.

We produce nearly 33 hours of original programs per week. We employ some 150 people and we generate an economic impact in the order of $16 million in the Mauricie region and the Eastern Townships, which cover 15 federal ridings and 19 provincial ridings, and are home to some 750,000 Canadians.

We are in fact the only countervailing force to the TVA network in the Mauricie region and the Eastern Townships. Our activities ensure that there is still competition in those markets, much to the benefit of viewers, institutions and businesses in the two regions concerned.

We are responsible for the fact that there are still local television information and production services in Trois-Rivières and in Sherbrooke in spite of the centralization of the networks in Montreal.

Our corporate philosophy is definitely proactive, and this explains the fact that our activities as a regional broadcaster are growing despite the difficult economic times in Quebec since 1990.

We have gradually become the most important outside producer of regular programs for the entire French network of the CBC. Our productions for the CBC include seven and a half hours of programs per week in the variety category and four hours per week in the socio-cultural category, to which we will be adding five hours per week in the information category next January for RDI, the new French all news channel. That means sixteen and a half original hours of network programs per week for the CBC.

We also produce eight and a half hours weekly for the TQS network and almost 13 hours of local programs per week. If you add it all up, that means 33 hours per week at present and 38 hours per week starting in 1995. That will start in a few weeks.

[*Text*]

Cela m'amène au premier point fondamental que nous voulons vous faire valoir. Contrairement à l'impression laissée par le document d'orientation du gouvernement, l'affiliation privée avec la SRC, c'est efficace; cela marche bien; c'est avantageux pour tous les intervenants; cela permet de faire des productions dans les régions, et cela assure une place aux régions dans la grille des chaînes nationales.

Notre deuxième point fondamental, c'est que le modèle mixte réseau public affilié privé en région peut être étendu à d'autres régions du pays, que ce soit dans les marchés francophones ou dans les marchés anglophones.

Bref, le modèle mixte permet, selon nous, de mieux faire ce que nous avons à faire pour rencontrer les objectifs fixés par le Parlement, il y a trois ans, pour le système canadien de radiodiffusion, sans taxer encore le contribuable ou les abonnés du câble, ou à l'inverse, sans avoir à abandonner carrément la partie, et saborder le secteur public de la radiodiffusion aux Canada, comme certains le réclament.

Cela m'amène à vous donner notre point de vue sur le rôle de la SRC dans l'univers des 500 canaux, et c'est là notre troisième point fondamental.

L'idée que la SRC doit abandonner son rôle de radiodiffuseur généraliste, et se spécialiser dans le soi-disant univers des 500 canaux, est un sophisme dangereux. Comprenons-nous bien sur ce que cela signifie vraiment. Certains souhaitent que le service public de télévision de la SRC devienne un service pointu pour auditoire restreint, stérilisé de toute influence commerciale, isolé des mesures d'auditoire utilisées par les radiodiffuseurs à travers le monde entier pour évaluer la portée et la pertinence de leurs émissions.

En somme, on voudrait dans certains milieux, un service public de télévision marginalisé, dont on sera inévitablement amenés à se débarrasser entièrement par la suite.

C'est l'antithèse même de ce que le Parlement a envisagé pour le secteur public de la radiodiffusion, et c'est exactement l'inverse de ce qu'il nous faut pour garder notre système de télévision vraiment canadien.

Alors que les barrières réglementaires tombent, et que l'offre des services de télévision conçus et programmés à l'étranger augmente au Canada, l'utilité et la force du réseau d'État résident précisément dans la popularité de ses émissions, et sa capacité d'attirer de vastes auditoires canadiens avec une programmation canadienne variée, accessible et populaire.

• 1625

Pour obtenir un vaste auditoire, le service public de télévision généraliste doit s'intéresser à tout ce qui intéresse les Canadiens, y compris le sport professionnel et les grands événements sportifs.

Nous avons actuellement, en la SRC, un atout essentiel pour conserver une place de choix dans le paysage audiovisuel canadien tant au Canada anglais qu'au Canada français. Comme vous le savez, cet atout est particulièrement critique pour les communautés francophones au Canada qui ne forment pas un marché suffisamment grand pour supporter un grand choix de services de radiodiffusion dans leur propre langue.

[*Translation*]

This brings me to the first basic point that we wish to make. Contrary to the impression left by the guidance document of the government, private affiliation with the CBC is efficient, it works well, it is beneficial to all parties concerned, it allows for productions to be made in the regions and it ensures that there is some room for the regions on the national networks.

Our second basic point is that the mixed public network/private regional affiliate model can be extended to other regions of the country, both in Francophone and in Anglophone markets.

In a nutshell, the mixed model allows us to better do what we have to do in order to fulfill the objectives set by Parliament three years ago for the Canadian Broadcasting System, without taxing again the taxpayer or the cable subscriber or, conversely, without having to drop the towel and scuttle the public sector of broadcasting as some voices are calling for.

This brings me to state our view on the role of the CBC in the 500 channel universe, and that is our third basic point.

The idea that the CBC must abandon its role as a general interest broadcaster and become more specialized is a dangerous sophism. Let us understand clearly what that means: some people want the public television service of the CBC to become a narrow cast service for a limited audience, sterilized of all commercial influences, insulated from audience measurement techniques used by broadcasters around the world to assess the reach and relevance of their programs.

In essence, certain interests would like to see a relevant public television service that would inevitably become fully disposable later on.

This is the very antithesis of what Parliament has envisaged for the public sector of broadcasting, and it is the exact opposite of what is really required to keep our broadcasting service truly Canadian.

As regulatory barriers are removed and the availability of television services developed and programmed by foreigners increases in Canada, the usefulness and the strength of the public network lie precisely in the popularity of its programs and its ability to attract a wide Canadian audience with a varied, accessible and popular programming.

In order to keep a wide audience, the public general interest network must be interested in everything that is of interest to Canadians, including professional sports and major sporting events.

The CBC is an essential asset for the preservation of a privileged position in the Canadian audio-visual landscape, both in English Canada and in French Canada. As you know, this asset is particularly critical for the francophone communities in Canada, which do not constitute a sufficiently large market to support a wide choice of broadcasting services in their own language.

[*Texte*]

Ce serait une erreur tragique et impardonnable que de dilapider notre actif le plus important sur le front culturel au moment même où il prend une valeur stratégique accrue pour le maintien de notre souveraineté culturelle.

Qu'on se le dise bien, personne n'est en mesure de chausser les chaussures de la SRC au plan de la souveraineté culturelle et du soutien aux talents canadiens de toutes sortes. Ne comptez pas sur les seuls réseaux privés pour offrir plus de 90 p. 100 de leur grille-horaire en émissions canadiennes de qualité dont des dramatiques, des émissions pour enfants, des émissions artistiques ou de variétés et des grands reportages à toutes les semaines.

Le dernier point fondamental que vous voulons vous faire valoir aujourd'hui, c'est le fait que la publicité en ondes sur les chaînes de télévision de la SRC n'est pas un obstacle, mais, bien au contraire, un avantage majeur pour la SRC dans l'accomplissement de son mandat.

Non seulement la publicité supporte-elle la production et la diffusion des émissions canadiennes de qualité que la SRC offre sur la presque totalité de sa grille-horaire, mais elle constitue de surcroît le mécanisme de contrôle le plus efficace que l'on puisse envisager pour assurer que les émissions de la SRC soient vraiment accessibles et pertinentes pour le public canadien, et qu'elles présentent le meilleur rapport qualité-prix pour l'argent investi.

La publicité en ondes sur le réseau français de la SRC nous permet également, en tant qu'affilié, d'offrir un service de télévision local concurrentiel et de qualité.

Il serait parfaitement absurde, selon nous, de réduire ou d'éliminer la publicité en ondes sur les chaînes de télévision de la SRC alors même que les fonds publics disponibles pour ce service public font l'objet de compressions.

Il n'y a pas, d'ailleurs, de solution de rechange miracle pour remplacer les recettes publicitaires de la SRC puisque les autres sources de fonds possibles seraient clairement insuffisantes et, en définitive, beaucoup plus irritantes pour les Canadiens que quelques messages publicitaires en ondes.

Nous avons, pour notre part, absolument besoin de garder toutes nos occasions publicitaires tant dans nos émissions locales que dans les émissions de réseaux que nous diffusons, afin de pouvoir continuer à offrir le service de télévision de qualité que nous dispensons en Mauricie et en Estrie, soutenir la production et les emplois importants que nous générons dans ces régions, et offrir une véritable alternative à Télémétropole et à son réseau TVA.

C'est pourquoi l'idée d'un réseau français de la SRC sans insertions publicitaires locales ne nous est tout simplement pas acceptable. Nous espérons que nos observations vous seront utiles lors de vos délibérations sur la Société, et nous vous remercions de votre aimable attention.

Le président: Merci bien, monsieur Gougeon.

M. Gougeon: Merci, monsieur le président.

Le président: En tant que président, je vais réinviter M. Paradis à reprendre sa place à la table parce que je trouve le jeu d'idées très intéressant. Je ne sais pas si cela vous convient, monsieur Paradis, mais comme nous sommes en présence d'une contradiction apparente, il serait peut-être intéressant d'exploiter cette contradiction pour mieux connaître la vérité dans tout cela.

[*Traduction*]

It would a tragic and unforgivable mistake to squander our most important asset on the cultural front at the very moment that its strategic value is increasing in the struggle for the preservation of our cultural sovereignty.

Let us state things clearly: nobody can fill in the position of the CBC in terms of cultural sovereignty and support to all kinds of Canadian talent. Do not rely only on the private networks to provide quality Canadian programs on over 90% of their broadcast schedule, including drama, children's programming, arts or variety programs and in-depth reports each and every week.

The last basic point that we wish to make today is that broadcast advertising on the CBC's television networks is not an obstacle to, but on the contrary a major advantage for, the CBC in fulfilling its mandate.

Not only does advertising support the production and broadcasting of the quality Canadian programs offered by the CBC on virtually all its programming schedule, it is also the most effective control mechanism available to ensure that the CBC's programs are really accessible and relevant to the Canadian public and that they provide the best value for the money invested.

Broadcast advertising on the CBC's French network also allows us, as an affiliate, to provide a competitive quality local television service.

In our view, it would make no sense at all to reduce or eliminate broadcast advertising on the CBC's television networks at a time when public funding available for this service is being cut back.

Furthermore, there is no magic alternative to replace the CBC's advertising revenue since all other possible financing sources would be clearly insufficient and much more irritating to Canadians than a few broadcast advertisements.

For our part, we absolutely need to keep all our commercial availabilities in our local programs as well as in the network programs that we broadcast in order to maintain the quality television service that we provide in the Mauricie region and in the Eastern Townships, support the important production activities and jobs that we generate in those regions, and offer a real alternative to Télé-Métropole and its TVA network.

This is why the concept of a French CBC network without local commercial insertions is not acceptable to us. We hope that our comments will be useful in your deliberations on the CBC and we thank you for hearing us today.

The Chair: Thank you very much, Mr. Gougeon.

Mr. Gougeon: Thank you, Mr. Chairman.

The Chair: As chairman, I would like to ask Mr. Paradis to come back to the table because I find this exchange of ideas interesting. I don't know if you agree, Mr. Paradis, but since there is a clear contradiction of ideas, it might be interesting to make the most of it so we can get to the truth.

[*Text*]

Nous avons fait cela auparavant. Il y a des précédents.

Nous allons passer tout de suite à M^me^ Tremblay pour sept minutes.

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Je suis un peu embarrassée, je vous l'avoue. Vous parlez de contradiction entre les deux groupes et comme je n'ai pas entendu la présentation, pourriez–vous me résumer cela en 30 secondes?

Le président: Ce serait à d'autres de fouiller là–dedans. Si vous voulez poser vos questions tout de suite. . .

Mme Tremblay: D'accord.

Merci, messieurs, pour votre présentation. Je trouve cela intéressant parce qu'on entend encore une fois d'autres sons de cloche. Cela nous place devant plusieurs avenues de choix pour les décisions que nous aurons à prendre et ce n'est pas évident que vos points de vue les simplifient.

J'aimerais que vous alliez plus loin dans la question de la publicité. Vous n'êtes pas sans savoir que le ministre a dit plusieurs fois qu'il souhaiterait bien que Radio–Canada se retire de la publicité et qu'il faudrait qu'on trouve d'autres sources de financement.

• 1630

Quelle est au juste votre idée de ne pas retirer Radio–Canada de la publicité? Plusieurs entreprises privées sont venues nous dire: «il faut que Radio–Canada se retire de là, ils nous nuisent, etc.» Par contre, ceux qui vendent de la publicité ont dit qu'il ne fallait pas que Radio–Canada s'en aille de là parce que, selon eux, ils allaient creuver, que les autres allaient leur vendre cela trop cher, etc. Quel est l'argument sous–jacent à votre prise de position sur la publicité?

M. Gougeon: Je pense, madame, qu'il y a plusieurs arguments. Il n'y en a pas seulement qu'un.

Premièment, sans doute le fait que les fonds publics sont plutôt rares est une bonne raison de garder les recettes publicitaires parce que cela apporte un complément de ressources très important pour la Société.

Deuxièmement, le fait que contrairement à ce qui se produit dans d'autres pays, les Canadiens sont habitués à voir de la publicité en ondes et, selon mon expérience, je n'ai jamais vu d'étude ou de rapport ou de comité qui ait conclu que le public s'opposait à voir en ondes, à Radio–Canada comme ailleurs, la publicité.

Il y a aussi un autre élément qui est important. Comme société d'État, je pense que le fait qu'il y ait de la publicité en ondes permet de garder des réflexes très importants à savoir qu'il faut avoir une gestion saine, qu'il faut avoir un rapport qualité–prix important, puisque les cotes d'écoute sont un facteur important qui vont générer cette publicité, qu'il faut en même temps aussi s'assurer que, dans la production quotidienne, puisse qu'on pense à des cotes d'écoute, on pense aussi à produire des émissions pour le public et non pour ceux qui les produisent.

Souvent, il y a un danger qu'une chaîne publique, coupée de l'intérêt ou de la motivation de cotes d'écoute ou d'intérêt du public, puisse se retourner et faire une production qui est pour elle et pour ses réalisateurs, pour les gens qui la font, mais qui vraiment ne se tourne pas vers le public.

[*Translation*]

It's been done before. There are precedents.

We will immediately start with Mrs. Tremblay for seven minutes.

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): I must admit I'm a little embarassed. You said that both groups had contradictory ideas and since I haven't heard the presentation, can you summarize it in 30 seconds?

The Chair: I think someone else can do that. If you could ask your questions right away. . .

Mrs. Tremblay: All right.

Thank you, gentlemen, for your presentation. I found it interesting because you've given us new points of view. We now have several options in terms of the decisions we will have to make and your testimony has not simplified the situation.

I'd like to hear more about advertising. You know that the Minister said upon several occasions that he would like the CBC to get out of advertising and that it should find other sources of funding.

Why exactly don't you want the CBC to get out of advertising? Several private companies have told us: "CBC should get out of that area, they are hurting us, etc." However, the people selling advertising have told us that the CBC should stay there because they consider that they would be in very serious difficulty, and that other corporations would demand too much money, etc. What is the argument behind your position on advertising?

Mr. Gougeon: I think that there are a number of arguments. There is not just one.

First, there is no doubt that the fact that the government is somewhat short of money is a good reason for keeping advertising revenue because it provides a very important source of additional funding for the Corporation.

Second, unlike people living in other countries, Canadians are used to seeing advertising on television and, on the basis of my experience, I have never seen any committee study or report which found that the public objected to advertising on television, whether on CBC or other networks.

There is another important point. Advertising on television enables the CBC, which is a Crown Corporation, to react quickly to changing situations: It must ensure it has sound management, that it has a good quality–price ratio, since ratings are an important factor in securing such advertising, and in its daily production it must pay due regard to ratings, and produce programs for the public and not for the people making them.

There is often a danger that a public network, not motivated by or sensitive to ratings or the public interest, may look inward and make programs for itself and its producers rather than really focusing on what the public wants.

[*Texte*]

Donc, c'est sûr, il y a des avantages financiers pour la Société. Il y a des avantages aussi, je pense, pour le public parce que cela force les responsables à faire une gestion encore une fois plus efficace, à faire une programmation beaucoup plus rapprochée du public, beaucoup plus près du public. Cela amène à avoir une télévision qui est de qualité et populaire. Cela amène aussi des revenus à des sociétés comme la nôtre, qui sont là pour remplir un mandat régional avec les statistiques que j'ai données plus tôt.

À mon point de vue les avantages d'avoir un complément publicitaire sont nombreux et je pense que les inconvénients sont quand même peu nombreux.

Mme Tremblay: Un des gros arguments qui a été invoqué est que très souvent, pour aller se chercher des commanditaires, Radio–Canada va baisser le niveau de ses productions. Vous semblez dire le contraire. Pour aller chercher des cotes d'écoute, je veux bien que *La petite vie* soit une très bonne émission, mais le midi, je ne pense pas que *Michel Louvain* soit une émission qui devrait être présentée à Radio–Canada.

Je suis bien d'accord avec monsieur qui nous demande pourquoi nous affubler de Suzanne Lévesque tous les matins, alors que tout le monde écoute l'autre poste. Cela coûte de l'argent pour rien. On l'a rallongé d'une demi–heure pensant que cela attirerait plus de monde mais ils auraient dû la raccourcir de trois–quarts d'heure, de trois heures, etc. Personne ne l'écoute. C'est une émission qui coûte très chère. Il n'y a pas de publicité. Pourtant, ils décident de la maintenir, de la rallonger.

La petite vie attire 2,8 millions de personnes qui écoulent les reprises—il faut le faire—; c'est donc un signe que c'est une émission populaire. Cependant, souvent, bien qu'elle soit populaire, on baisse le niveau d'une émission pour aller décrocher de la publicité. Il y a un paradoxe avec lequel j'ai de la difficulté à vivre.

M. Gougeon: Merci de votre question. Vous allez me permettre un commentaire. Je pense que la culture comprend tout un ensemble d'éléments et une émission de variétés fait partie de notre culture. Une émission de sports fait partie de notre culture. Une dramatique fait partie de notre culture. Je ne suis pas d'accord à ce qu'il y ait des émissions, par exemple sur la télévision d'État, qui soient des émissions à caractère vulgaire, ou il y a de la vulgarité, ou des choses comme cela, mais qu'il y ait plutôt de l'humour, comme dans *La petite vie*. *La petite vie* obtient un très grand succès et la décision—pour avoir été impliqué dans le temps—n'en était pas une d'aller chercher nécessairement du revenu commercial supplémentaire. C'est sûr qu'on cherchait une cote d'écoute mais, en même temps, on cherchait une émission qui était drôle, qui intéresserait le public, qui n'était pas du tout vulgaire et qui connaîtrait un succès énorme. C'est un phénomène rare de voir une émission en reprise qui va chercher 2 millions d'auditeurs.

• 1635

Maintenant, si je peux commenter sur l'émission du matin. Je dois dire que l'émission du matin de Radio–Canada a aussi un rôle un peu différent de celle du compétiteur qu'est TVA. TVA fait une émission surtout locale, centrée autour de Montréal, avec une formule quelque peu différente de celle de Radio–Canada qui veut avoir une programmation avec un contenu régional plus important et qui apporte aussi une analyse des éléments avec une couleur et une approche

[*Traduction*]

Therefore, there are certainly financial benefits for the Corporation. I believe that there are also benefits for the public because this obliges those in charge to provide even more effective management, to produce programs which better reflect the taste and wishes of the public. As a result, you have both popular and high–quality television. This also provides revenue to corporations such as ours, which exist to fulfill a regional mandate as can be seen from the figures I gave earlier.

I believe that there are many benefits to receiving additional revenue from advertising and that really there are few disadvantages.

Mrs. Tremblay: One of the main arguments we hear is that the CBC, in seeking sponsors, will lower the quality of its programs. You seem to be saying the opposite. In terms of improving ones ratings, I can accept that *La petite vie* is a good program, but I do not believe that the *Michel Louvain* program which goes on at noon should be presented on the CBC/SRC network.

I agree with the gentleman who asked us why we have to put up with Suzanne Lévesque every morning, whereas everyone watches the other channel. That is a waste of money. The program was extended by half an hour in the hope of attracting a larger audience, but they should have shortened it by three quarters of an hour, by three hours or something like that. Nobody watches it. It is a very expensive program. There is no advertising. However, they have decided to keep it and make it longer.

Reruns of *La petite vie* have a viewing audience of 2.8 million. That takes some doing and indicates that it is a popular program. However, even when a program is popular, we often find that it lowers its quality in order to attract advertising. There is a paradox here which I find difficult to deal with.

Mr Gougeon: Thank you for your question. Please allow me to make one comment. I think that culture comprises a wide range of areas and that a variety program is part of our culture. A sports program is also part of our culture, as is a drama production. I would not agree with public television producing programs containing vulgarity or other offensive material, but I would be in favour of humour as in programs such as *La petite vie*. This program was a great success and, having been involved in it at the time, I can tell you that the decision to make it was not necessarily based on a wish to attract extra commercial revenue. There is no doubt that we were looking for good ratings, but at the same time we were trying to produce a program which was funny, would interest the public, which was not at all vulgar and would achieve enormous success. You don't often see reruns attracting a viewing audience of 2 million.

I would now like to comment on the morning program. I must say that the role of the Corporation's morning programming is somewhat different from that of its competitor, TVA. TVA presents what is primarily a local program, focused on Montreal, with a somewhat different approach from that of Radio–Canada since the latter provides a larger regional content, and takes a different approach in the way it analyzes issues. The viewing public has a choice. There is no doubt that

[*Text*]

différentes. Cela offre un choix aux télespectateurs. C'est sûr que les habitudes d'écoute qui ont été établies depuis des années à TVA font que les gens recherchent toujours TVA.

Mme Tremblay: Je veux simplement souligner que j'habite en région et j'ai pu suivre à TVA, tous les matins, un reportage qui venait de Rimouski parce qu'on parlait du Festival du film pour enfants.

TVA se déplace aussi en région des semaines complètes pour aller faire son émission. Je n'ai pas vu beaucoup de choses régionales de Montréal le matin. Les rares fois où je l'ai écoutée, il n'y avait pas beaucoup de régional là–dedans. Bien sûr, on allait au marché Jean–Talon pour voir un vendeur de carottes ou de tomates, je ne sais trop, un Italien et on va dans un hôpital pour voir certaines choses. Mais à 8h00 du matin, on est en train de se laver et de s'habiller, on n'est pas en train de s'instruire.

Des voix: Ha, ha!

Le président: À l'heure des confessions. Un dernier commentaire et nous allons passer. . .

M. Luc Harvey (producteur exécutif, Cogeco Radio–Télévision Inc.): Si vous me permettez, madame Tremblay, c'est la stratégie de grille dans son ensemble qui fait la valeur d'un programmation, et pas des émissions uniques positionnées à l'intérieur d'une grille. C'est, à mon avis, tout le jeu de la stratégie de grille qui a son importance.

J'ajouterais peut–être une notion quant à la présence des commerciaux sur les ondes de Radio–Canada. Le réseau français de Radio–Canada se donne un code d'éthique commercial assez exigent auprès des commanditaires qui viennent annoncer chez eux, autant au plan local que national. Cela peut peut–être venir aider également ce milieu–là.

Le fait que vous achetiez de la télévision et le fait que vous soyiez accessible à des commanditaires n'est pas relatif à la moindre qualité de votre programmation. Il y a des programmations de télévision qui sont de très haut niveau et qui sollicitent et qui intéressent grandement les commanditaires. Ce n'est donc pas de niveler par le bas la qualité des émissions qui nous fait vendre davantage. Au contraire, je pense que c'est excessivement stimulant toute cette présence de la compétition dans les émissions tant du privé que de la Société Radio–Canada.

Le président: Merci bien. Jan Brown?

Mme Brown: Merci beaucoup.

Bonjour et bienvenue. C'est bon de vous voir ici. Maintenant, j'irai très lentement en français.

Des voix: Ha, ha!

Mme Brown: Je ne sais pas pourquoi vous dites que la SRC doit abandonner son rôle de diffuseur généraliste et se spécialiser dans le soit disant univers des 500 canaux. Cela ne me semble pas correct, pourriez–vous m'expliquer?

M. Gougeon: Quelques radiodiffuseurs privés voudraient voir Radio–Canada s'orienter vers une programmation beaucoup plus ciblée, beaucoup plus focussée sur une programmation particulière, et faire des choses qu'eux ne font pas. Donc une programmation spécialisée.

[*Translation*]

because of listening patterns developed over the years by TVA, people still turn to TVA.

Mrs. Tremblay: I just want to point out that I live outside Montreal and I was able to follow every morning on TVA a report coming from Rimouski because they talked about the film festival for children.

TVA also spends weeks in the regions making its program. I have not seen many regional issues featured by Montreal in the morning. On the few occasions I watched those programs, they did not contain much regional content. Of course, they went to the Jean–Talon market to show an Italian selling carrots, tomatoes or such like, or they went to a hospital and filmed some scenes there. However, at 8:00 a.m. people are busy washing and dressing, not trying to get educated.

Some Hon. Members: Ha, ha!

The Chair: Time for confession. One last comment and then we will move on.

Mr. Luc Harvey (Executive Producer, Cogeco Radio–Television Inc.): If I may, Ms. Tremblay, it is the schedule strategy as a whole which determines the value of programming, rather than single programs located within a schedule. I think that it is the whole schedule strategy which is important.

I would like to add something concerning commercials on CBC programs. Radio–Canada has developed quite a rigorous commercial code of ethics which must be followed by sponsors seeking to advertise on the Corporation's local or national programs. That may also help in this regard.

The fact that you might purchase a television network or that you are available to sponsors is not related to a drop in the quality of your programs. There are some very high–standard television programs in which our sponsors are very interested. Therefore, it is not by leveling downwards the quality of our programs that we will sell more. On the contrary, I think that the presence of competition from private broadcasters and the CBC is very stimulating.

The Chair: Thank you very much. Jan Brown?

Mrs. Brown: Thank you very much.

Hello and welcome to the Committee. We are very pleased to see you here. Now I will speak very slowly in French.

Some Hon. Members: Ha, ha!

Mrs. Brown: I do not understand why you say that the CBC should give up its role as a general broadcaster and specialize in the so called 500–channel universe. That doesn't seem to make sense, so could you please explain to me what you mean?

Mr. Gougeon: A few private broadcasters would like to see the CBC move towards a type of programming which would be far more targeted, far more focused on particular areas, and do things which they do not do. Therefore, this would mean specialty programming.

[*Texte*]

Cogeco et moi pensons que dans l'univers où il y a une multiplication des services, où il y a une invasion aussi des services étrangers, qu'une télévision généraliste comme celle de Radio-Canada reste un des liens très importants qui unit les Canadiens à travers le pays. Donc, une télévision généraliste de qualité, une télévision généraliste populaire peut-être un lien extrêmement important à travers ce pays pour garder ces liens qui nous unissent.

[*Traduction*]

Cogeco and I believe that in a multi-service universe, and given the invasion of foreign signals, a broad-based television service such as provided by the CBC remains a very important link binding Canadians from coast to coast. Therefore, a high-standard, broad-based and popular television service may be a very important element in helping to retain those links which bind Canadians together.

• 1640

Donc, il y a une place pour une télévision généraliste de qualité, pertinente et populaire. Et on dit, effectivement, qu'à cette étape-ci, il faudrait faire bien attention de ne pas mettre en péril l'existence d'une télévision généraliste telle que Radio-Canada.

Mme Brown: Merci beaucoup.

Mr. Chairman, I'm going to slip into English now to ask Mr. Paradis if he could also please respond to the questions. It is an important issue. *Merci beaucoup.*

The Chair: On the 500-channel universe, whether it's a dangerous sophism?

Mrs. Brown: Yes. I've never heard it described in quite those terms before and I would really like to have a response, if that's possible.

Mr. Paradis: Mr. Chairman, I think it's a little bit unfair. . .I mean, they're here to expose their views and they're affiliates of the CBC. They're in the private sector and they have an affiliate relationship with the CBC, so they benefit from the CBC's existence. They have their own argument and basis of argumentation. So I'm a bit ill at ease—

Mrs. Brown: Are you not wanting to be part of the panel?

Mr. Paradis: Unless you have specific questions in relation. . .right now you're asking me what I think about the—

Mrs. Brown: The dangers of sophism, of having the idea that the CBC should abandon its role as a general-interest broadcaster. One of the arguments I've put forward in this debate we have been having with these interventions is that we start looking at some specialization of the CBC, in order to fulfil this mandate of unity as they have discussed. It's really not meant in any way as a criticism. It's just to get your opinion on this particular aspect.

The Chair: May I suggest a form of words that might help you here. Based on your experience internationally, are public broadcasters moving out of the field of being general-interest broadcasters and becoming more specialized? What are some of the international arguments in favour of that, which might possibly apply to this country?

Mr. Paradis: I think there are public broadcasters getting involved in developing services that are more focused beyond their general programming service.

In Australia, for instance, and even in Britain, there are discussions about the public broadcaster getting involved in developing specialized types of programs and services. At all times, it's said in public documentation that these services should not affect in any way the capacity of the primary service to do the job it's supposed to do. Now it's defining what that job should be.

Therefore, there is room for a general interest television network that would be both relevant and popular. And we're saying that indeed, at this time, we should be careful not to threaten the existence of a general interest broadcaster such as CBC.

Mrs. Brown: Thank you very much.

Monsieur le président, je vais maintenant passer à l'anglais pour demander à M. Paradis de bien vouloir répondre également aux questions. C'est une question importante. *Thank you very much.*

Le président: Dans l'univers aux 500 chaînes, n'est-ce pas là un sophisme dangereux?

Mme Brown: Oui. Je n'ai jamais entendu poser la question vraiment dans ces termes, mais j'aimerais beaucoup avoir une réponse, si possible.

M. Paradis: Monsieur le président, je pense qu'il est un peu injuste. . . Je veux dire, ils sont là pour exposer leurs vues et ils sont des affiliés de la SRC. Ils sont dans le secteur privé mais ils ont des relations d'affilié avec la SRC, si bien qu'ils bénéficient de l'existence de la SRC. Ils ont leur propre argumentation et perspective. Je suis donc un peu mal placé. . .

Mme Brown: Ne souhaitez-vous pas faire partie de ce groupe?

M. Paradis: À moins que vous ayez des questions précises concernant. . . Vous me demandez-là ce que je pense de. . .

Mme Brown: Des dangers du sophisme, de l'idée que la SRC devrait abandonner son rôle de radiodiffuseur généraliste. L'un des arguments que j'ai présenté dans ce débat que nous avons eu, avec ces interventions, est qu'il faudrait peut-être envisager une certaine spécialisation de la SRC, pour qu'elle puisse remplir son mandat en faveur de l'unité dont elle a fait état. Il ne s'agit en rien d'une critique. J'essaie simplement d'obtenir votre opinion sur cet aspect particulier.

Le président: Pourrais-je suggérer une formulation qui pourrait faciliter la réponse. Selon ce que vous savez de l'évolution internationale, est-ce que les réseaux de télévision publique tendent à se spécialiser davantage, à ne plus être seulement des radiodiffuseurs généralistes? Quels sont les arguments en faveur de cela, à l'échelle internationale, qui puissent également s'appliquer à notre pays?

M. Paradis: Je pense que les réseaux de télévision publique commencent à mettre au point des services un peu plus spécialisées, au-delà de leurs services généralistes.

Par exemple, en Australie, et même en Grande-Bretagne, il est question que la télévision publique commence à offrir des types de programmes et de services plus spécialisés. Mais toujours, les documents publics affirment que ces services spécialisés ne doivent en rien réduire la capacité du service primaire à remplir sa mission. Tout est dans la définition de cette mission.

[*Text*]

I think the interpretation is, what should a generalist service be in a universe of 500 channels? Does a generalist service mean something equivalent to what's in the private sector, or is it something completely different?

The Chair: Lights are going out all over Europe, at least at this end.

Mr. Hanrahan: I want to follow that line of question. You're bringing an interesting perspective here. Many witnesses suggest that the CBC should be totally public; others suggest it should be very private. You're suggesting a combination of both, that it can work.

My concern would be, as others have asked, in the pursuit of profit—which I have no problem with—at what point does profit take over the role of the CBC in programming decisions? How does the CBC then remain truly unique, truly Canadian?

Mr. Gougeon: Mr. Chairman, I think there is always a very delicate equilibrium to be maintained when you have mixed financing, but there's also a very delicate equilibrium to be maintained if it's only public financing.

If I may use my own experience when I was in charge of television for the CBC French network, when I would come in each morning, although we would have to make decisions about programming, I also looked at the computer. I would look at *les cotes d'écoute*, the ratings and things like that. But never was there a first requirement that *la cote d'écoute* was the key factor, and that we had at all costs to get the maximum ratings at the expense of a good Canadian program. The good Canadian program had to be first, taking into account. . .

• 1645

We sat around the table and had the director general in charge of sales and the director general in charge of programming and information, and all these people would debate *le bien fondé* of a particular program. The commercial side of it was not the key factor that drove it, contrary to what a lot of people think. It was a factor, but not the key factor.

If it was all publicly funded, you still had a very serious dilemma, because you come in every morning, every day, to produce programs. My colleague here has been a producer in the business for 30–odd years, working with *Télévision Quatre–Saisons, Télé–Métropole, Radio–Canada* and the private enterprise, and he knows what it is. I've worked with producers, and people come in and they would like to make a show. They have a drive to make a show that is very interesting, very appealing. But how much is that show going to cost? How well will it serve the public? How many viewers will be reached by the show? What will be the impact of that show?

There's a danger, therefore, that you make programming for those who are responsible for making programs. There's a danger that it could be a self–generating interest, if I may say. There is in both cases a dilemma. There is in both cases a great challenge on the part of the managers who manage the networks and manage the CBC to establish the proper equilibrium, and you have to make sure that the people in place establish that proper equilibrium. But I think the fact that there is a commercial side of it, if you have the right people, makes it an added value, *une plus–value*.

[*Translation*]

Dans l'univers à 500 chaînes, que devrait être un service généraliste? Toute la question est là. Est–ce qu'un service est généraliste signifie quelque chose d'équivalent à ce que fait le secteur privé, ou bien quelque chose d'entièrement différent?

Le président: Les lumières s'éteignent un peu partout en Europe, du moins à l'Ouest.

M. Hanrahan: J'aimerais rester un peu sur ce sujet. Vous nous apportez–là une perspective intéressante. Nombre de témoins estiment que la SRC devrait être totalement publique et d'autres voudraient la privatiser complètement. Vous dites qu'elle pourrait être une combinaison des deux.

Mais si la SRC devient à but lucratif—ce qui ne me gênerait pas personnellement—est–ce que le profit ne prendra pas le pas sur la mission publique dans les décisions de programmation? Comment, dans ce cas, la SRC peut–elle rester véritablement spécifique, véritablement canadienne?

M. Gougeon: Monsieur le président, je pense qu'il y a toujours un équilibre délicat à maintenir lorsque vous avez un financement mixte, mais il y a de toute façon un équilibre délicat à maintenir même si le financement est entièrement public.

Si je puis invoquer ma propre expérience lorsque j'étais responsable de la télévision du réseau français de la SRC, en arrivant au bureau chaque matin, s'il nous fallait prendre des décisions au sujet de la programmation, j'ouvrais aussi l'ordinateur. Je regardais les cotes d'écoute. Mais jamais la cote d'écoute n'a–t–elle été le facteur prépondérant, jamais nous n'avons considéré qu'il nous fallait obtenir la cote d'écoute maximale au dépens de la qualité de notre programmation canadienne. La priorité allait à une bonne programmation canadienne, tenant compte. . .

Nous nous réunissions autour de la table, avec le directeur des ventes et le directeur de la programmation et de l'information, et tous ces gens débattaient le bien–fondé d'une émission donnée. L'aspect commercial n'était pas le facteur prépondérant, contrairement à ce que beaucoup pensent. C'était un facteur, mais pas le premier.

Si nous étions entièrement tributaires des fonds publics, nous aurions néanmoins un dilemme sérieux, car il faut chaque jour réaliser des émissions. Mon collègue ici le fait depuis 30 ans; il a travaillé pour Télévision Quatre–Saisons, Télé–Métropole, Radio–Canada et l'entreprise privée et il sait ce que c'est. J'ai travaillé avec des producteurs et les gens nous arrivent avec une idée d'émission qui leur paraît formidable. Mais combien cela va–t–il coûter? Cela va–t–il intéresser le public? Combien de téléspectateurs vont–ils être touchés par l'émission? Quel sera l'impact de l'émission?

Il y a donc un danger de façonner la programmation en fonction des réalisateurs d'émissions. Il y a le danger de devenir trop centré sur soi–même. Il y a un dilemme dans les deux cas. Dans les deux cas, les directeurs du réseau, les directeurs de la SRC doivent réussir à maintenir un équilibre convenable, veiller à ce que les gens en place maintiennent l'équilibre voulu. Mais le fait d'avoir un impératif commercial, pourvu que vous ayez les collaborateurs voulus, représente une plus–value.

[*Texte*]

In the world you live in nowadays, where you have to be concerned about costs, you have to be concerned about competition, you have to be concerned about quality, you have to be concerned about innovation and things like that, the fact that you're sensitive to the marketplace keeps you on your toes as long as in the whole equation... Like in any equation, you have variables and you have constants, and this variable of the quality of program is the most important one. The rest are other elements that you put in the equation.

Mr. Hanrahan: I certainly don't disagree with your comments in regard to the market. My concern is that when we write our report we will have to pick a direction, which we will have to find. That balance that you say is very difficult is going to be a very tough task for us to work on.

I would be interested, Mr. Paradis, if you would comment just shortly on whether you see profit and the market taking over the CBC if we were to follow the process outlined by these gentlemen.

Mr. Paradis: Profit, or the question of how much of the budget of CBC should be from advertising revenues—at the present time I think it's about 23%—

Mr. Hanrahan: And growing.

Mr. Paradis: Well, it came down in the last year. While it might be coming up in terms of percentage, it has come down in terms of revenue.

I think it's a question of principle, of how you are to judge how the advertising dollar is influencing your programming decisions. When we watch programs on the French network, whether it's *Scoop* or *Les filles de Caleb* or whatever, and we have advertising that's sort of blasted on the screen at us when it starts and when it ends, and we know that Weston bread is there, is that our notion of what public broadcasting should be?

The more there is difficulty finding money for high quality programming, the more the advertising imposes itself on the programming. That's again a decision that broadcasters have to program and develop programming, and they do it.

• 1650

Mr. Gougeon: At the same time, in all things there has to be a proper equilibrium. I don't think I would advocate that the component of advertising should be the main drive—far from it. Nor do I think advertising should increase from the level it is at now. Regardless of how big the pie is in the market, I think it has reached a level where it's in a proper equilibrium. I would like to say that for the record. There is a component, and that component is very important. That mix is just about right now, and it should stay approximately this way.

I don't really propose that we should commercialize it to a point where we say, if we can go for 35% or 40% of the whole budget on commercial, let's go for it. There is a major danger there, and there has to be *un plafond*, a ceiling. I think the equilibrium, as it is, is very good.

Le président: Ici, j'aimerais peut-être poser la question suivante: est-ce que le marché québécois présente des caractéristiques tout à fait distinctes de la réalité que vous décrivez, surtout en ce qui concerne la concurrence? La situation est-elle tout à fait autre que celle qu'on trouve dans le reste du Canada anglais?

[*Traduction*]

Dans le monde d'aujourd'hui, où vous devez faire attention au coût, faire attention à la concurrence, faire attention à la qualité, être ouvert à l'innovation et à toutes ces choses, l'ouverture sur le marché vous oblige à la vigilance aussi longtemps que dans toute l'équation... Comme dans toute équation, il y a des variables et des constantes et la variable de la qualité des émissions est la plus importante. Les autres sont secondaires.

M. Hanrahan: Je ne suis pas du tout en désaccord avec ce que vous dites concernant le marché. Ma préoccupation est que lorsque nous rédigerons notre rapport, nous devrons choisir une orientation, qu'il nous faudra trouver. Cet équilibre dont vous dites qu'il est très difficile à réaliser sera difficile pour nous à trouver.

Pourriez-vous nous dire, très rapidement, monsieur Paradis, si le profit et le marché occuperaient la première place au sein de la SRC si nous suivions la méthode préconisée par ces messieurs.

M. Paradis: Le profit, ou la question du pourcentage du budget de la SRC à couvrir par les recettes publicitaires—je pense que c'est 23 p. 100 à l'heure actuelle...

M. Hanrahan: Et il s'accroit.

M. Paradis: Non, il a diminué l'année dernière. Il a peut-être augmenté en pourcentage, mais il a diminué en valeur absolue.

Je pense que c'est une question de principe, de jugement quant à l'influence que les recettes publicitaires exercent sur les décisions de programmation. Lorsque nous regardons des émissions sur le réseau français, qu'il s'agisse de *Scoop* ou *Les filles de Caleb* et qu'il y a un matraquage publicitaire au début et à la fin, avec notamment des annonces des boulangeries Weston, est-ce là notre idée de ce que devrait être la télévision publique?

Plus il sera difficile de trouver les fonds pour réaliser des émissions de haute qualité, et plus les considérations publicitaires influenceront la programmation. C'est encore une fois une décision que les radiodiffuseurs doivent prendre, et ils le font.

M. Gougeon: Mais en même temps, il faut un équilibre en tout. Je ne préconise nullement que le facteur publicitaire doive devenir prépondérant—loin de là. Je ne pense pas non plus qu'il faille augmenter le pourcentage actuel des recettes publicitaires. Peu importe la taille du gâteau commercial, je pense qu'il est parvenu à un niveau où il existe un équilibre adéquat. Je tiens à le dire. Les recette publicitaires sont un élément, et cet élément est très important et je pense que le mélange est à peu près adéquat actuellement, et qu'il devrait rester ainsi.

Je ne préconise pas du tout d'augmenter les recettes publicitaires jusqu'à ce qu'elles représentent 35 ou 40 p. 100 de tout le budget. Cela poserait un danger majeur et il faut un plafond. Je pense que l'équilibre actuel est très bon.

The Chair: This brings me to my next question: Are there very different factors at work in the Quebec market from the reality you describe, especially with regard to competition? Is the situation quite different from that in English Canada?

[*Text*]

Et j'aimerais bien que vous répondiez tous les deux. J'aimerais bien entendre la réponse de Cogeco, mais aussi celle de M. Paradis. Est–ce qu'on peut faire des comparaisons sur le plan international qui pourraient nous être utiles? Car enfin, vous parlez à la fois de grands principes généraux et universels, tels que l'importance du marché, mais aussi de la réalité québécoise.

Monsieur Gougeon?

M. Gougeon: Monsieur le président, je pense qu'il y a une différence, effectivement, entre l'intérêt et la situation au Canada anglais vis–à–vis de *CBC* comparativement à la situation telle qu'elle existe au Québec.

Par exemple, le fait que le Canada anglais ait un éventail aussi large d'émissions américaines est un facteur important. Le choix est beaucoup plus large de même que la perspective y est plus nord–américaine. Ceci est bien différent pour les Québécois qui sont très attachés à leur télévision et aux émissions produites chez–eux.

D'ailleurs les statistiques le démontrent clairement. À la télévision française de Radio–Canada, à ma connaissance, je pense que l'an passé, il n'y avait qu'une émission d'une demi–heure qui était une série américaine traduite. Le reste, qui n'était pas de langue française, pouvait être du cinéma; lorsqu'il y a du cinéma, c'est, soit du cinéma français, soit, à l'occasion, du cinéma traduit.

Il y a effectivement une histoire d'amour qui existe depuis longtemps entre le public québécois et Radio–Canada. Lorsqu'on aime, toutefois, on peut aussi critiquer. Et le public peut critiquer et être sévère à l'endroit de Radio–Canada, mais en même temps, je pense, lui rester très attaché comme au genre de télévision qui se fait au Québec. Et le public québécois et francophone veut se retrouver en général dans ces émissions–là.

Donc, il y a cette histoire d'amour qui existe. Or, je ne pense pas que cette même histoire d'amour existe au Canada anglais, à cause évidemment de la programmation nord–américaine et aussi de l'influence des émissions américaines. Cela tient peut–être aussi au fait de l'existence d'autres réseaux canadiens.

Le président: Monsieur Paradis?

M. Paradis: Je suis du même avis que M. Gougeon dans le sens que, chez le marché francophone, il y a un attachement à la programmation québécoise francophone. Plus de 83 p. 100 de l'écoute des francophones s'adresse à la télévision conventionnelle francophone au Québec. Donc, il n'y a aucune comparaison possible avec le marché anglophone.

Il existe aussi un autre phénomène typique dans le marché québécois. C'est le problème de la câblodistribution, de la pénétration du câble. Elle y est encore plus faible qu'en Saskatchewan, dans le cas des francophones du Québec, parce qu'ils ne s'abonnent pas au câble, n'étant pas intéressés à recevoir des services en anglais. Ce sont les particularités du marché francophone.

• 1635

J'ajouterai, en rapport avec la qualité de la programmation, qu'avec la part du marché publicitaire que va chercher la Société Radio–Canada, les deux postes de télévision privée voient diminuer leurs capacités financières. Ils ont moins de moyens pour produire des émissions considérées de qualité. Si on prend par exemple, le poste Quatre–Saisons, avec les moyens qu'il a, il ne peut probablement réussir qu'à produire un seul téléroman et participer à une seule émission de qualité ou d'une certaine

[*Translation*]

I would like you both to answer. I would like to hear the answer of Cogeco, but also that of Mr. Paradis. Are there comparisons that we could make with the international market? Because you talk at the same time about general and universal principles such as the importance of the market, but also about the Quebec reality.

Mr. Gougeon?

Mr. Gougeon: Mr. Chairman, I think there is indeed a difference between the interest in English Canada towards the CBC compared to the situation we have in Quebec.

For example, the availability in English Canada of such a large range of American programs is a very important factor. The choice is much larger and the whole perspective is more North American. It is quite different in Quebec where people feel a much larger attachment to their own television and to shows produced at home.

Statistics show this very clearly. On the French network of CBC, as far as I know, there was last year only one half hour American series dubbed in French. All other shows that were not produced in French were movies; movies shown are either French movies or, sometimes, English–language movies dubbed in French.

So there is indeed this long standing love story between the Quebec audience and Radio–Canada. However, love does not preclude criticism. And the public often criticizes quite severely Radio–Canada but at the same time feels a very strong attachment to the type of television that is being produced in Quebec. And the Quebec and French–speaking public wants to see itself reflected in these shows.

So there is this love story. I don't think we have the same in English Canada, due to the North American programming and the prevalence of American shows. It may also be due to the existence of other Canadian networks.

The Chair: Mr. Paradis?

Mr. Paradis: I agree with Mr. Gougeon that in the French market there is a great fondness for Quebecois French programming. Over 83% of Francophones watch conventional French–language TV in Quebec. Therefore, there is no comparison possible with the English market.

But there is another very specific factor in the Quebec market. It is the small rate of cable penetration. It is even smaller with Francophones in Quebec than in Saskatchewan, because they're not interested in subscribing to cable since they don't want to have access to English–language services. These are the specifics of the Francophone market.

I would add that, with regard to the quality of programming, with the percentage of advertising revenue that the CBC is getting, the two private broadcasters are faced with a limited financial capacity. They have less means to produce high quality programs. If you take *Quatre–Saisons*, for example, with the budget it has, it can probably produce only one serial or take part in producing only one big quality program like *Miséricorde* if it wants to stay profitable. But if the private sector had the

[*Texte*]

ampleur comme *Miséricorde*, s'il veut demeurer rentable. Par contre, s'il en avait les moyens, probablement qu'on pourrait s'attendre à ce que le secteur privé fasse davantage dans ce sens et qu'il serait en mesure de le faire.

Dans un marché de six ou sept millions de personnes, diviser une assiette publicitaire entre les secteurs public et privé, ça cause des problèmes. La capacité du privé d'être aussi performant qu'on le souhaiterait s'en trouve diminuée.

Le président: Monsieur Cannis.

Mr. Cannis (Scarborough Centre): On page 5 you say that in order to keep a wide audience, the public general-interest network must be interested in everything that is of interest to Canadians, including professional sports and major sporting events. Can you tell me what percentage of programming is sports and what percentage of your revenue is derived from the sporting programs you put on the tube?

Also you said on page 2 that you generate an economic impact in the order of $60 million in the two regions. Is that $60 million company revenue or impact as far as the other sources of activity within the communities are concerned?

Mr. Gougeon: Mr. Chairman, I'll start by answering the second question.

When we talk about the revenue generated in the market, $60 million is basically the expenses that our stations in these two cities generate—that is, primary and secondary impacts, whether it's salaries, people invited to participate in the programming, or the purchase of materials and goods required to make the show. It's basically what we generate in terms of expenses in the milieu in which we operate.

Referring to your first question dealing with sports, for Cogeco, for example—and I should underline this—if my memory is correct, out of about twenty hours a day of programming from the network, we take about nineteen and a half hours. So we take almost all of the SRC programming. The figures I'll give you are what we carry on the air, because basically this is network content. About 4% of the time slot per week consists of sports.

Some other figures, are news and public affairs, 23%; culture and magazine, 23%; sports, as I said, 4%; drama, 8%; Canadian variety shows, 15%; and youth programming, 16%. I think that gives you a breakdown of the overall grid.

Le président: Une dernière question. Madame Tremblay.

Mme Tremblay: Si on avait à revoir le mandat de Radio-Canada, qu'est-ce que vous nous suggéreriez de préciser, de restreindre, de retirer ou d'ajouter? J'aimerais aussi avoir aussi le commentaire de M. Paradis.

M. Gougeon: Merci de votre excellente question madame Tremblay.

Je ne suis pas sûr, toutefois, de prétendre avoir la sagesse qu'il faudrait pour faire des commentaires ou des recommandations concernant le mandat.

[*Traduction*]

financial means to do so, we could expect it to do more in this regard and would be willing to do so.

In a market of six or seven million viewers, it causes problems if you have to share the advertising pie between the public and private sectors. The ability of the private sector to be as performing as we would like to be is reduced.

The Chair: Mr. Cannis.

M. Cannis (Scarborough Centre): À la page 5, vous dites que pour retenir un vaste auditoire, le service public de télévision généraliste doit s'intéresser à tout ce qui intéresse les Canadiens, y compris le sport professionnel et les grands événements sportifs. Pouvez-vous nous dire quel pourcentage de la programmation est consacré aux sports et quel pourcentage de vos recettes proviennent des émissions sportives?

Par ailleurs, à la page 2, vous dites que vous avez un impact économique de l'ordre de 60 millions de dollars dans les deux régions. Est-ce qu'il s'agit là des dépenses directes de la compagnie, ou bien cela englobe-t-il les retombées indirectes dans ces localités?

M. Gougeon: Monsieur le président, je vais commencer par répondre à la deuxième question.

Lorsque nous parlons des revenus engendrés dans les localités, les 60 millions représentent essentiellement les dépenses de nos stations dans ces deux villes—à savoir les impacts primaire et secondaire, qu'il s'agisse de salaires, des honoraires versés aux invités, des achats de matériaux et de services pour réaliser les émissions. C'est à peu près notre apport économique au milieu dans lequel nous existons.

Pour ce qui est de votre première question concernant les sports, chez Cogeco, par exemple—si ma mémoire est bonne—sur environ 20 heures de programmation réseau, nous en absorbons environ 19 heures et demie. Nous retransmettons donc la quasi totalité de la programmation de la SRC. Les chiffres que je vais vous donner sont pratiquement ce que nous diffusons sur les ondes, car c'est essentiellement du contenu réseau. Les sports représentent 4 p. 100 de la programmation hebdomadaire.

Si vous voulez quelques autres chiffres, les émissions d'information et d'affaires publiques, 23 p. 100; culture et magazines, 23 p. 100; sports, comme je l'ai dit, 4 p. 100; fiction, 8 p. 100; émissions de variété canadiennes, 15 p. 100; émissions jeunesse, 16 p. 100. Je pense que cela vous donne une bonne ventilation de notre grille.

The Chair: One last question. Mrs. Tremblay.

Mrs. Tremblay: If we had to revisit the CBC's mandate, what would you suggest to us to specify, to take out, to add? I would also like Mr. Paradis' views on this.

Mr. Gougeon: Thank you for this excellent question, Mrs. Tremblay.

However, I'm not sure I can claim the wisdom required to comment or make suggestions regarding the mandate.

[*Text*]

Dans le contexte actuel, si la Société Radio–Canada, selon ce que j'ai compris, voyait son financement maintenu continuellement tel qu'il existe, sans coupures addditionnelles, comme celui contenu dans le plan stratégique présenté par le président de Radio–Canada, je ne pense pas vraiment qu'il serait nécessaire. . .

Je pense ici surtout au réseau français. Je n'aimerais pas traiter indifféremment des deux réseaux. On a souligné des différences entre les deux, et je pense qu'il faut respecter ces différences. Il faut faire bien attention lorsqu'on parle de Radio–Canada de ne pas faire toujours l'équation entre *a* et *b*.

Je ne pense donc pas, surtout en ce qui concerne le réseau français et compte tenu de ses «prérequis», qu'il soit nécessaire de changer le mandat de Radio–Canada. Je ne dis pas, par contre, que dans l'application de son mandat, il n'y ait pas d'ajustements à faire tant pour le réseau anglais que pour le réseau français. D'ailleurs, il me semble que le président de Radio–Canada en a fait état devant ce Comité. Il y a certainement de l'amélioration à apporter; il y en a d'ailleurs toujours. Je ne pense pas, toutefois, qu'il soit nécessaire de changer le mandat de Radio–Canada.

Mme Tremblay: Dans vos projets d'avenir, si Radio–Canada ne rouvrait pas sa station de l'Est du Québec, Cogeco ne pourrait–il pas devenir station affiliée dans l'Est du Québec?

M. Gougeon: Vous avez de bonnes questions.

Des voix: Ha, ha!

M. Gougeon: Les rapports que nous entretenons avec Radio–Canada sont excellents. Notre expérience comme affilié, comme je le disais tantôt, est excellente. Si Radio–Canada décidait de rouvrir une station ou n'importe quelle station du même genre, puis de nous approcher, nous accueillerions certainement leur proposition avec un esprit très ouvert après avoir pris plusieurs facteurs en considération, naturellement. Il y a tout le point de vue économique. On aurait certainement l'esprit très ouvert à toute possibilité.

Mme Tremblay: Est–ce que M. Paradis à des commentaires sur le mandat?

M. Paradis: Je suis d'accord avec M. Gougeon qu'il ne faut pas agir trop rapidement et faire des recommandations précipitées. On n'en est pas encore là.

Sur le sujet de la programmation régionale, il faudrait examiner la situation qui existe dans d'autres pays où on a établit une deuxième chaîne pour répondre, par exemple, à la diversité culturelle du pays et au besoin des régions de se voir à l'écran. Ce pourrait être une solution et aussi une façon d'envisager un changement dans l'orientation de Radio–Canada.

Est–ce vraiment une question d'ajustement du mandat? Au fond, le mandat dit que la Société devrait tout faire, donc elle a le mandat. C'est la capacité de tout faire qui manque.

Ainsi, M. Manera, lorsqu'il s'est présenté devant vous au début novembre, disait qu'il allait introduire des émissions dans sa programmation pour rejoindre les auditoires et qu'il allait tenter d'ouvrir des stations dans les régions. On voyait déjà chez lui un changement d'opinion. Cependant, d'une part il dit qu'il va faire des choses et de l'autre, qu'il n'a pas l'argent pour le faire. Le problème reste entier.

[*Translation*]

• 1700

In the current context, it is my understanding that if the CBC had its funding continually maintained as it now exists, without additional cuts, as presented in the Corporation president's strategic plan, I don't really think it would be necessary to. . .

I'm thinking particularly of the French network here. I would hesitate to deal with both networks without differentiating between the two. We have pointed out the differences between them, and I think those differences must be respected. When referring to Radio–Canada, one has to be careful to always equate A and B.

Therefore, I do not think, particularly with regard to the French network and given its prerequisites, that it is necessary to change Radio–Canada's mandate. On the other hand, I'm not saying there are no adjustments to make in the application of the mandates of both the French and English networks. As a matter of fact, I seem to remember that the president of the CBC said as much before this Committee. There's certainly room for improvement, as there always is. Nevertheless, I do not think it is necessary to change the mandate of Radio–Canada.

Mrs. Tremblay: With regard to your projects for the future, if Radio–Canada did not reopen its station in Eastern Quebec, couldn't Cogeco become an affiliate station in that region?

Mr. Gougeon: You always have good questions.

Some Hon. Members: Ha, ha!

Mr. Gougeon: We have an excellent relationship with Radio–Canada. As I said earlier, our experience as an affiliate has been excellent. If Radio–Canada decided to reopen a station or any station of the same type and approach us, we would certainly welcome their proposal with a very open mind after taking several factors into consideration, of course. There's the whole financial aspect to be examined. But we would certainly be open to any opportunity.

Mrs. Tremblay: Does Mr. Paradis have any comments about the mandate?

Mr. Paradis: I agree with Mr. Gougeon that we must not act too quickly and make hasty recommendations. We haven't reached that point yet.

With regard to regional programming, we would have to examine the situation as it exists in other countries that have established a second network in response to the country's diversity and to the need of regions to see themselves reflected on the screen. That could be one solution as well as a way of effecting some change in Radio–Canada's orientation.

Is this truly a matter of adjusting the mandate? Basically, the mandate says that the Corporation should do everything, so it has this mandate. It's the capacity to do everything that's lacking.

Thus, when Mr. Manera appeared before your Committee in early November, he said he would introduce programs into the schedule to reach these audiences and that he would attempt to open stations in the regions. We could sense that he'd already changed his mind. However on the one hand he says he will do things, and on the other hand he says he has no money to do so. The problem stays the same.

[*Texte*]

Mme Tremblay: Quelqu'un est venu ici, je ne me souviens plus qui — peut-être collectivement pourrait-on s'en souvenir —, et nous a dit qu'il faudrait en arriver à définir l'essentiel, et ne confier à Radio-Canada que l'essentiel.

Des voix: Ha, ha!

Mme Tremblay: N'est-ce pas David Ellis qui nous a suggéré quelque chose du genre? Il faudrait revoir nos notes.

M. Harvey: C'est un mandat très difficile.

Le président: Messieurs, c'était excellent. Je m'excuse si j'ai été un peu méchant en vous invitant ainsi collectivement pour mettre un peu d'animation.

M. Gougeon: Au contraire!

Le président: Nous avons tous bien apprécié.

La séance est levée.

[*Traduction*]

Mrs. Tremblay: Someone appeared before us—I'm afraid I don't remember who, perhaps others will—and told us that we should define what is essential and give Radio-Canada the mandate to do only that.

Some Hon. Members: Ha, ha!

Mrs. Tremblay: Wasn't it David Ellis that suggested something along those lines? We would have to review our notes.

Mr. Harvey: It's a very difficult mandate.

The Chair: Gentlemen, this was an excellent discussion. I apologize if it was rather nasty of me to invite you here collectively to put a bit of life into our proceedings.

Mr. Gougeon: On the contrary!

The Chair: We all appreciated your comments.

This meeting stands adjourned.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid / Port payé
Lettermail / Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

Individual presentation:

Richard Paradis, President, "Le groupe CIC Inc."

From Cogeco Radio–Television Inc.:

Guy Gougeon, Vice–president and executive director;

Luc Harvey, Executive producer.

TÉMOINS

À titre personnel:

Richard Paradis, président, Le groupe CIC Inc.

De Cogeco Radio–Télévision Inc.:

Guy Gougeon, vice–président et directeur général;

Luc Harvey, producteur exécutif.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

2632 09

JUL 5 1995